

IMAGINARIOS URBANOS: SITIOS DE DIVERSIÓN EN PEREIRA

JUAN JOSÉ HERRERA DUQUE

MAESTRÍA EN COMUNICACIÓN EDUCATIVA

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DE PEREIRA

2019

RESUMEN

Pereira ha sido estudiada desde muchos puntos de vista, sin embargo, los imaginarios urbanos de diversión pueden aportar conocimientos sobre las preferencias de sus habitantes en el uso del tiempo libre.

Dentro de la presente investigación cualitativa, se analizan los datos recolectados por medio de una encuesta elaborada para el Macroproyecto Pereira Imaginada. A partir de los cuales se entregan descripciones de las actividades de diversión, se encuentran frecuencias de uso de dichas actividades y se reconocen los sitios de diversión favoritos.

Usando un marco de análisis elaborado a partir de una formulación estética de Armando Silva, se entregan los resultados del presente estudio; demostrando que los ciudadanos de Pereira perciben la ciudad como un espacio divertido, donde los sitios de diversión preferidos son los parques recreacionales y los centros comerciales.

Palabras clave: ocio, recreación, diversión, imaginarios urbanos.

ABSTRACT

Pereira has been studied from different perspectives, however, urban leisure imaginaries can provide knowledge about their preferences in use of free time.

In this qualitative research, collected data by means of a survey from Pereira Imaginada Project is analyzed. From which descriptions about leisure activities are given, use frequency of those activities are obtained, and leisure places are recognized.

Using an analysis framework built from an Armando Silva's stethical formula, results from this study are given, showing that Pereira citizens perceive the city as a fun place, where the preferred leisure places are recreation parks and shopping centers.

Key words: leisure, recreation, fun, urban imaginaries.

TABLA DE CONTENIDO

INTRODUCCIÓN	12
JUSTIFICACIÓN	18
CAPÍTULO I. ESTADO DEL ARTE	19
CAPÍTULO 2. MARCO TEÓRICO	22
2.1 Imaginarios urbanos.....	22
2.2 Distinciones conceptuales	24
2.3 Representaciones	26
2.4 Diversión, Ocio, Recreación	27
2.4.1 Actividades de diversión, ocio, recreación o entretenimiento	28
2.5 ¿Ciencias Normativas en la Diversión?	29
CAPÍTULO 3. METODOLOGÍA	32
Fase 1	33
Recolección de datos	33
Revisión Bibliográfica:	34
Definición de Población:	34
Diseño de encuesta de recolección:	35
Aplicación de la encuesta:	40
Fase 2	42
Análisis	42

Sistematización de la información:	42
Identificación de temáticas (diversión, ocio y recreación):	43
Agrupación y cruce de temas para graficar:	43
Análisis e interpretación de las gráficas.....	52
CAPÍTULO 4. MARCO DE ANÁLISIS.....	55
CAPÍTULO 5. RESULTADOS.....	69
5.1 Relaciones entre imaginarios	69
5.2 Frecuencias de uso de la ciudad.....	71
5.3 Descripción de sitios y actividades de diversión	72
5.3.1 Imaginarios sobre Usos de la Ciudad de Pereira.....	74
5.3.2 Actividades en tiempo libre	101
5.3.3 Alimentación fin de semana.....	103
5.3.4 Dedicación al deporte	104
5.3.5 ¿Qué tipo de rutinas tiene en el cuidado del cuerpo?.....	105
5.3.6 ¿Qué actividad le gusta realizar en pareja?	106
5.3.7 Calificación de centros comerciales.....	108
5.3.9 Calificación de paseos o caminatas.....	111
5.3.10 Calificación de espacios deportivos.....	112
5.3.11 Califique los siguientes aspectos dependiendo de la frecuencia de su uso. Cine.....	114
5.3.12 Califique los siguientes aspectos dependiendo de la frecuencia de su uso. Recitales o conciertos	115

5.3.13 Califque los siguientes aspectos dependiendo de la frecuencia de su uso. Espectáculos deportivos.....	117
5.3.14 Califque los siguientes aspectos dependiendo de la frecuencia de su uso. Juegos electrónicos	119
5.3.15 Calificación frecuencia a Teatro	121
5.3.16 Califque los siguientes aspectos dependiendo de la frecuencia de su uso. Museos.....	122
5.3.17 Califque los siguientes aspectos dependiendo de la frecuencia de su uso. Lecturas	124
5.3.18 Califque los siguientes aspectos dependiendo de la frecuencia de su uso. Televisión	125
5.3.19 Califque de uno (1) a cinco (5) dependiendo de la frecuencia de uso. (Escala 1 = nada, 5 = mucho). Radio.....	127
5.3.20 ¿Cuál es el lugar que más le gusta de la ciudad?	128
5.3.21 Zona con mejor olor en Pereira.....	130
5.3.22 La zona más transitada por jóvenes en Pereira	131
5.3.23 ¿Cuál es la calle o zona más transitada por viejos?	132
5.3.24 Actividades que le gustaría hacer en el tiempo libre	134
5.3.25 Color de la ciudad	135
5.3.26 Carácter de los Pereiranos.....	138
5.3.27 Palabra con la cual identifica la ciudad.....	139
5.3.28 Tiempo con el que identifica la ciudad	141
5.3.29 La zona más alegre de Pereira	144
5.4 Relación de los datos con el marco teórico.....	145
5.4.1 Uso de la ciudad.....	145

5.4.2 Ensoñaciones	148
5.4.3 Identidades	148
6. CONCLUSIONES	151
Bibliografía	154

TABLA DE TABLAS

Tabla 1 Estado del Arte.....	19
Tabla 2 Metodología	33
Tabla 3 Cruce de temas.....	48
Tabla 4 Frecuencias relativas de uso de ciudad.....	51
Tabla 5 Sitios de diversión en Pereira.....	74

TABLA DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1 Portada Macroproyecto Pereira Imaginada	32
Ilustración 2 Encuesta Macrorpoyecto Pereira Imaginada.....	42
Ilustración 3 Parque Consotá	77
Ilustración 4 Granja de Noe.....	78
Ilustración 5 Parque Ukumarí.....	81
Ilustración 6 Centro Comercial Ciudad Victoria	84
Ilustración 7 Parque Metropolitano del café	87
Ilustración 8 Avenida Circunvalar	91
Ilustración 9 Bares de la Circunvalar	94
Ilustración 10 Centro Comercial Parque Arboleda.....	96
Ilustración 11 Sector de la Villa	99

TABLA DE GRÁFICOS

Gráfico 1 Sitios de diversión.....	75
Gráfico 2 Actividades en tiempo libre	102
Gráfico 3 ¿Dónde comen cada fin de semana?	103
Gráfico 4 Dedicación al deporte	104
Gráfico 5 Rutinas para el cuidado del cuerpo.....	105
Gráfico 6 Actividades en Pareja	106
Gráfico 7 Uso de centros comerciales.....	108
Gráfico 8 Uso de restaurantes	110
Gráfico 9 Frecuencia de caminatas o paseos	111
Gráfico 10 Uso de espacios deportivos	113
Gráfico 11 Uso del cine.....	114
Gráfico 12 Recitales o Conciertos	116
Gráfico 13 Espectáculos deportivos	118
Gráfico 14 Uso de juegos electrónicos	120
Gráfico 15 Teatro	121
Gráfico 16 Museos	123
Gráfico 17 Lecturas.....	124
Gráfico 18 Televisión	126
Gráfico 19 La Radio	127
Gráfico 20 Lugares que más gustan	129
Gráfico 21 Zona con mejor olor.....	130
Gráfico 22 Zona de jóvenes	131
Gráfico 23 Zona transitada por adultos	133

Gráfico 24 ¿Qué le gustaría hacer en el tiempo libre?	134
Gráfico 25 Color de la ciudad.....	136
Gráfico 26 Carácter de los ciudadanos	138
Gráfico 27 Palabra que identifica la ciudad	140
Gráfico 28 Tiempo que identifica la ciudad.....	142
Gráfico 29 Zona más alegre de la ciudad.....	144

INTRODUCCIÓN

El proyecto Pereira Imaginada ha entregado resultados valiosos para el conocimiento de esta urbe, al estudiar los imaginarios urbanos a partir de la metodología propuesta por Silva (2006), la cual es utilizada en diversos lugares del mundo a través de grupos de investigación que han puesto en práctica dicha metodología. Ahora bien, la urbe es dinámica y produce cambios sociales, que en consecuencia puede producir cambios en los imaginarios urbanos. El presente trabajo se enfoca en los imaginarios urbanos de diversión en Pereira, que parece un tema importante conocer en una urbe perteneciente al Área Metropolitana Centro Occidente, que promueve el turismo en el Paisaje Cultural Cafetero, donde se encuentra ubicada.

Por iniciativa de las autoridades actuales de la ciudad, Pereira se ha auto declarado la capital del Eje Cafetero, sobre lo cual vale la pena hacer algunas anotaciones. De acuerdo a la Carder (2014) se tiene que:

El eje cafetero es una región conformada por tres grandes corredores ambientales: Cordillera central, Cordillera Occidental y del Rio Cauca. La región está integrada por 92 municipios de los Departamentos de Caldas, Risaralda, Quindío, Norte del Valle del Cauca y Occidente del Tolima.

Donde Pereira ocupa el lugar geográfico central de todo el eje cafetero, y quizá por esa razón, se puede llegar a considerar la ciudad, como la capital de esta zona.

No obstante lo anterior, y para estudiar más detenidamente el contexto donde se menciona a Pereira “capital del eje”, se toma una nota editorial del periódico El Quindiano que registra lo siguiente:

Primero, el antiguo Eje Cafetero conformado por Caldas, Quindío y Risaralda ya no es la zona más productora del café en el país. En realidad, la zona donde hay un número mayor de hectáreas cultivadas de café se encuentra en los departamentos del Tolima, Huila y Cauca, lo que se podría constituir en el actual Eje Cafetero.

Segundo, en relación con el turismo, “el Quindío siempre ha llevado la delantera, y se ha constituido en una unidad territorial de parques temáticos, hoteles, finca hoteles y paisajes para la recreación”. (Quindiano, 2017)

La veracidad de la anterior afirmación se puede comprobar al examinar los datos de la oferta turística de ese departamento en comparación con la oferta turística de Pereira. Tercero, con respecto a los asuntos socioeconómicos derivados del cultivo del café en la región Cafetera se afirma:

El café ya no representa para nosotros, económica ni socialmente, lo que fue antes de 1990, sin embargo, vivimos de lo que nos dejó, de lo que nos enseñó su cultivo y, en gran medida, gozamos de las utilidades sociales que esparció por nuestro suelo. En lo que debemos estar todos de acuerdo es en no dejar morir este patrimonio cultural. (Quindiano, 2017)

A manera de resumen del artículo citado se tiene que: Pereira no basa sus ingresos económicos en el cultivo del café sino en otras actividades, su oferta turística es relativamente baja para sus intenciones de ser la capital de la región cafetera, y su patrimonio cultural es la mayor riqueza que le quedó de la tradición cafetera que comparte con los departamentos vecinos.

Con base en lo anterior, las prácticas ciudadanas y el uso de la ciudad en cuanto a la diversión, pueden estar relacionadas, entre otras cosas, con las actividades económicas que le generan los mayores ingresos a Pereira y no necesariamente con las costumbres y tradiciones de la cultura cafetera que se comunican en las promociones turísticas de esta urbe. Y siendo Pereira, una urbe que ha incorporado las nuevas tecnologías, la influencia de estas puede modificar las actividades de diversión que incorporan en su vida social.

En Pereira se han dado grandes cambios arquitectónicos dentro de sus límites materiales o físicos, donde casi han desaparecido las viviendas construidas con el estilo que dejó la colonización antioqueña. A pesar de esto, conserva rasgos de ciudad cafetera, asumiendo los cambios que traen la modernidad a las urbes. Haciendo

evidente el cambio que ha tenido el concepto de ciudad, que pasó de “enfaticar lo arquitectónico a una aproximación cultural” (Silva, 2006, pág. 7). Porque en realidad, en Pereira se conservan usos y costumbres de la cultura cafetera.

Con los cambios en la cultura, también se producen cambios en las percepciones de la realidad ciudadana que pueden salir a la luz, a través de estudios que descubran y produzcan estos datos. Para este propósito se ha desarrollado una metodología llamada imaginarios urbanos, la cual permite conocer las percepciones ciudadanas a través de las representaciones estéticas que visibilizan los imaginarios, y después de descubiertos ayudan a comprender la realidad ciudadana de las urbes.

El dilema que se plantea alrededor de los imaginarios, (Silva, 2006) lo aborda desde la tradición psicoanalítica ubicándolos dentro de inscripciones psíquicas a partir de estudios de Lacan, para luego introducir el concepto actual de imaginarios que se refieren a construcciones sociales de la realidad. (Silva, 2006) afirma que el concepto común y corriente de imaginario es diferente al imaginario presentado desde la teoría que se ha propuesto para estudiar la ciudad. Por eso conviene establecer claramente las diferencias entre uno y otro, desde el principio de este trabajo.

En términos populares un imaginario es equivalente a una fantasía, a una mentira, a lo que no es o no existe en la realidad. Pero en términos de (Silva, 2016), los imaginarios son la realidad social. Es decir, los miembros de la sociedad viven su realidad a través de los imaginarios. No es que existan los imaginarios y la realidad social, sino que los imaginarios son la construcción de la realidad social.

Lo anterior merece una descripción más amplia para explicar algunos detalles del origen del concepto de imaginarios desde la lógica de Peirce, que influenció el desarrollo de la teoría de los imaginarios urbanos. A partir de Peirce se tiene que la lógica no es binaria sino triádica, o sea que al conocimiento se llega por tres formas distintas. Estas formas de llegar al conocimiento son tres tipos de percepción distintas entre sí, con características fácilmente reconocibles, que llevan al individuo a la

comprensión lógica de la realidad. Peirce explicaba que las tres ciencias que se requieren para comprender la realidad son la Estética, la Ética y la Lógica.

A la Estética la llamó la ciencia de las primeridades, de las cualidades de las cosas, que permite percibir no los objetos en sí mismos, sino alguna cualidad que aquellos poseen. Por citar un caso cualquiera, la rojez o sea la cualidad del color rojo puede ser lo primero que se percibe en una tela, es decir, el color rojo que es inherente o está incluido en la tela produce una sensorialidad. Esa sensorialidad es denominada primeridad.

Así que, los imaginarios son construcciones estéticas compartidas, que resultan de las sensaciones percibidas de las cosas por grupos sociales. Tales sensaciones o primeridades proveen suficiente información para convertirse en ciencia o forma de conocimiento del mundo, desde una perspectiva particular de la realidad.

Al estudiar la información recolectada sobre Pereira imaginada, entre el 5 y el 14 de septiembre del 2018, la cual hace parte del proyecto liderado por la Maestría en Comunicación Educativa, y está guardada en el sitio web de la Universidad Tecnológica de Pereira, se encuentran diferentes hallazgos en relación con varias preguntas que se mencionarán más adelante. Para dicho estudio partimos de la teoría de Silva (Silva, 2006, p. 322) que establece que “lo imaginario marca en la ciudad un principio fundamental de percepción” de la realidad, donde los grupos humanos construyen su relación con el territorio que habitan, por procesos particulares que requieren que el estudioso de los imaginarios urbanos se ocupe “de lo que está por fuera del marco de la racionalidad positiva, para enmarcar los sentimientos, los deseos ciudadanos, las fantasías de lo inesperado que se manifiestan como promesa de manera colectiva”. (Silva, 2006, p. 8)

Dentro de la encuesta que se utilizó para recolectar la información sobre Pereira aparece un tema que tiene importancia fundamental para los ciudadanos y se convierte en la pregunta de investigación del presente estudio:

¿Es posible determinar los imaginarios que tienen los pereiranos de diferentes sitios de la ciudad, a partir de sus experiencias de valor?

Esta pregunta surge al revisar donde van los habitantes de Pereira a realizar actividades de ocio, diversión o recreación. Sabiendo que por intuición se pueden mencionar algunos centros comerciales, algunos parques recreativos, la zona rosa de la Avenida Circunvalar, los bares de la ciudad, el zoológico Ukumarí, y el corregimiento de la Florida que pertenece a Pereira, como los sitios más reconocidos en este aspecto.

El presente trabajo pretende conocer las construcciones estéticas sobre sitios de diversión en Pereira, con base en la metodología usada en el Macroproyecto Ciudades imaginadas. A través de la metodología es posible conocer los imaginarios urbanos utilizando la literatura disponible al respecto, y las experiencias de elaboración de numerosos trabajos realizados en Pereira, donde existe un grupo de expertos que vienen trabajando esta línea de investigación.

El objetivo del presente estudio es determinar los imaginarios de los sitios de diversión en Pereira con sus características, de manera que se puedan describir sitios de diversión que producen experiencias estéticas de valor para los ciudadanos.

De igual forma, los objetivos específicos son:

- Describir las actividades de diversión.
- Encontrar las actividades de diversión más frecuentes en Pereira.
- Encontrar los sitios más cargados de imaginarios de diversión.

A continuación se presenta la organización del presente trabajo que está compuesto por seis capítulos:

- Capítulo 1, contiene el estado del arte acerca de trabajos de investigación sobre imaginarios urbanos en Pereira, que demuestra la pertinencia de estudiar los imaginarios de diversión urbana.
- Capítulo 2, presenta el marco teórico donde se trabaja el concepto de imaginarios urbanos con mayor detenimiento. Además, se hacen distinciones conceptuales entre términos como diversión, ocio, recreación. También se

habla del tema de las representaciones, que es parte fundamental de la teoría de los imaginarios. Después se hace una búsqueda de los términos diversión, ocio y recreación para conocer la manera en que los utiliza Silva en sus trabajos de investigación de imaginarios urbanos. Finalmente se toma un texto de Peirce donde aparecen relacionadas la estética, la ética y la lógica como ciencias normativas con el fin de plantear una relación posible entre ellas y la diversión ciudadana.

- Capítulo 3 presenta la metodología utilizada para realizar este trabajo de investigación.
- Capítulo 4 desarrolla una propuesta de análisis de los sitios de diversión con base en una formulación estética que (Silva, 2006) menciona en su libro *Imaginarios Urbanos*. Aquí se presenta el marco de análisis de las actividades de diversión que se construye a partir de la frase “ver, oler, oír, pasear, detenerse, recordar, representar son atributos que deben ser estudiados en cada ciudad.” (Silva, 2006, pág. 30), donde cada palabra o atributo permite analizar las actividades de diversión que se realizan en Pereira.
- Capítulo 5 contiene los resultados de la encuesta en gráficos, porcentajes y análisis, utilizando el marco de análisis trabajado en el capítulo anterior.
- Capítulo 6 presenta conclusiones del trabajo.

JUSTIFICACIÓN

Silva (2016), menciona que actualmente los países y las urbes, se miden no solo por el factor económico sino también por la belleza y la felicidad que ofrecen a sus habitantes. Entonces es tan importante poseer riqueza como ser feliz. Esto abre las posibilidades de creación de una serie de imaginarios a partir de estos dos factores, que junto a las nuevas tecnologías aumentan la producción estética en las urbes.

Conocer los imaginarios de diversión en una urbe puede tener impacto positivo en las políticas públicas que fomentan la participación de los ciudadanos en aquellas actividades que les brindan recreación, ocio, o descanso de la rutina diaria. Porque al saber lo que están pensando los ciudadanos, los programas públicos o privados en esta materia pueden quedar mejor diseñados al identificar claramente sus objetivos, las inversiones tendrán mayores posibilidades de producir los resultados esperados y las metas serán más alcanzables.

Por otra parte, la realización de un estudio de imaginarios urbanos de diversión en Pereira, parece un aporte para el conocimiento de la ciudad, dado que se hace una propuesta para estudiar la diversión por medio de una formulación estética que organiza las actividades de acuerdo a ese marco de análisis. De esta manera se contribuye a la comprensión de diferentes campos de investigación acerca del uso del tiempo libre, los cuales se podrían abordar en otros estudios.

La Maestría en Comunicación Educativa ha permitido el conocimiento de la ciudad desde diferentes perspectivas, pero no había trabajado el tema de la diversión en Pereira como tema central de un trabajo de grado. Con el presente estudio se toma la iniciativa de encontrar datos relevantes para mejorar la comprensión del fenómeno de la diversión urbana, y contribuir con el desarrollo del Macroproyecto Pereira Imaginada.

CAPÍTULO I. ESTADO DEL ARTE

Dentro de los asuntos estudiados en el Macroproyecto Pereira Imaginada, los sitios de diversión o la diversión en la ciudad no ha sido un tema de estudio en sí mismo. Por lo cual, siendo un tema pertinente para ser abordado como asunto de investigación, se procedió a la búsqueda bibliográfica.

AUTOR	AÑO	TEMA	SUBTEMA
Armando Silva	2006	Imaginarios Urbanos	Caso: Bogotá y Sao Paulo
Carolina Martínez Agudelo	2009	Escenarios Urbanos: la comunicación y la educación en los procesos de transformación cultural: ciudad y comunicación	Caso: cambios propios de la cultura urbana contemporánea en Pereira
Claudia Ximena Gómez Rubiano	2011	Percepción ciudadana versus Percepción de administradores políticos	Casos: Zoológico, Aeropuerto y Ciudad Victoria
Mónica Angulo Cruz Óscar Fernández Sánchez	2011	Rutinas ciudadanas: escenarios urbanos hechos de urbanismos ciudadanos desde la familia, las parejas y los jóvenes	Casos: Centro Comercial Victoria, Centro Comercial Unicentro y Parque del Lago Uribe
Diana Patricia Gómez Botero	2016	Imaginarios urbanos y calidad de vida: Marca ciudadana	Caso: la ciudad de Pereira

Tabla 1 Estado del Arte

Armando Silva es el referente principal de la teoría de los imaginarios urbanos, por lo tanto, su obra en general es fuente de consulta permanente en este trabajo. Sus videos con presentaciones magistrales también hacen parte de la revisión bibliográfica. En su libro Imaginarios Urbanos 2006 se encuentran diversos temas relacionados con

el tema de la diversión, de acuerdo a las investigaciones de imaginarios en las ciudades de Bogotá y Sao Paulo, de donde se sacaron ideas, citas bibliográficas, elementos teóricos.

Un trabajo que se revisó fue el realizado por Carolina Martínez Agudelo (2009), quien se enfoca en sistematizar, recopilar, analizar y reflexionar la evolución histórica de la modernización urbana de Pereira, con el objetivo de encontrar el “urbanismo imaginario” de sus ciudadanos. El tema de la diversión aparece al recorrer distintos lugares urbanos de acuerdo a croquis ciudadanos que son “percepciones territoriales, muchas veces sin espacio geográfico, pero sí, son expresión del lugar figurativo (en ocasiones narrativo) donde se revelan circunstancias de la vida social, se sigue el aislamiento de ciertas realidades micro”. (Martínez, 2009, p. 31)

Claudia Ximena Gómez Rubiano (2011) plantea una investigación donde propone la comparación de percepciones de los ciudadanos comunes y corrientes con las percepciones de los administradores políticos locales, frente al Aeropuerto, el zoológico Matecaña y el Centro Comercial Ciudad Victoria usando plantillas donde se recogen las imágenes o palabras con que identifican dichos lugares. Se utiliza el Modelo relacional con una tríada base conformada por las temporalidades ciudadanas, las marcas ciudadanas, y las rutinas ciudadanas, para conocer los imaginarios urbanos sobre los lugares mencionados arriba. La diversión aparece en algunas respuestas como palabra que permite definir el zoológico Matecaña y el aeropuerto.

Mónica Angulo Cruz y Óscar Fernández Sánchez (2011), realizan la descripción de su estudio sobre el comportamiento ciudadano en tres sitios de Pereira, donde el motivo para escogerlos se basa en la preferencia que tiene la ciudadanía para tener citas, divertirse o para compartir la vida en pareja, en tales lugares. En ese trabajo, se estudian las rutinas ciudadanas en tres sitios de la urbe, a través de la observación participante. Por otra parte, el estudio actual pretende describir las actividades de diversión que prefieren los ciudadanos de Pereira, encontrar frecuencias de realización de esas actividades y los sitios más cargados de imaginarios de diversión. En cierta

forma, se trata de encontrar lo opuesto a las rutinas, es decir, las actividades que sacan a los ciudadanos de los actos repetitivos de la vida diaria.

El trabajo realizado por Diana Patricia Gómez Botero (2016) tiene que ver con la percepción de calidad de vida en algunos Escenarios urbanos de la ciudad de Pereira. El tema de la diversión se menciona al definir los escenarios urbanos como “aquellos sitios o lugares, donde los ciudadanos actúan, se representan, son espacios de teatralización ciudadana en relación con el amor, la diversión, la comida, el peligro, etc.” (p.46). La calidad de vida es un enfoque de la urbe donde intervienen indicadores de medición objetivas, y la marca ciudadana se construye a partir de “objetos, elementos, grupos, lugares que señalan al ciudadano como sujeto de experiencia urbana”. (Gómez Botero, 2016, p. 93)

CAPÍTULO 2. MARCO TEÓRICO

2.1 Imaginarios urbanos

Comprender los imaginarios urbanos acerca de la diversión en Pereira, obliga al investigador a realizar un estudio que permita encontrar las percepciones de los ciudadanos sobre este asunto, tomando como base las teorías de Silva, y de otros autores que aportan a la comprensión de la diversión urbana y las teorías del ocio y la recreación.

El comportamiento estético es la base para comprender lo que Silva (2012) denomina ‘imaginarios urbanos’, es decir, se trata de una visión del mundo desde una condición estética, según palabras textuales del autor en diferentes escenarios académicos donde se presenta. En sus explicaciones al respecto dice que: “gran parte de esto surge de la lectura de los conceptos de Kant, quien demostró que accedemos a representar el mundo no solo por el conocimiento sino también por las sensaciones.” (Silva, 2012, p.54). Es decir, no solo la ciencia permite aprehender la realidad a través de sus conceptos, métodos e instrumentos, sino que las sensaciones también hacen parte de la manera válida, vital y necesaria de representar esa realidad. Agrega además que una palabra que se usa masivamente en nuestros tiempos es el término ‘sensacional’, para referirse a personas, y todo tipo de elementos de la vida diaria, para significar que algo es ‘bello’ o ‘bella’.

Para aclarar la diferencia entre los juicios anteriores y los juicios lógicos utiliza el siguiente silogismo: “Todos los hombres son mortales, Pedro es hombre, luego Pedro muere.” (Silva, 2012). Donde el juicio lógico determina la manera de llegar a la única conclusión válida, aplicando el método deductivo. No así con los juicios estéticos que no pueden ser universales ni tener reglas fijas a la hora de emitirse, porque aquellos pertenecen al gusto y cada persona tiene un gusto particular que no puede ser constreñido. Entonces al decir por ejemplo, María es bella, se emite un juicio estético, con el cual algunos pueden coincidir, pero otros pueden estar en desacuerdo (Silva, 2012).

Avanzando sobre los conceptos de imaginarios, Silva (2012) presenta la distinción entre arte e imaginarios, pues aunque los dos producen experiencias estéticas de gran significado, sus orígenes son muy diferentes. En su explicación expresa que el arte se construye a partir de una teoría estética, por ejemplo, la sopa de Warhol es una teoría del diseño de la sopa. Pero, los imaginarios surgen de las experiencias estéticas de la cotidianidad, del uso de la ciudad. Así que las producciones estéticas que hacen los ciudadanos no son arte sino imaginarios. (Silva, 2012)

Por otra parte, el urbanismo es un concepto que se ha introducido a partir de varias fuentes: Primero, la ciudad de largueros, que surgió en Estados Unidos donde muchas poblaciones no tienen centro de ciudad, sino que se fueron construyendo a lo largo de las grandes vías y requieren ser recorridas en carro. Así se van produciendo cambios en la manera de percibir el mundo, a partir de varios factores entre los que se cuentan las tecnologías, la ciencia, el arte. De tal modo que la ciudad se va descentrando y van apareciendo urbanismos, a lo largo de las carreteras. En estos urbanismos que se recorren en carro, las estaciones de gasolina se convierten en centros de compras de diferentes productos necesarios para la vida diaria.

Otra fuente del urbanismo es el menor uso de la ciudad, principalmente por el factor del miedo que está presente en todas partes del mundo, según lo demuestran los datos recolectados por empresas encuestadoras tales como Gallup. (Silva, 2012). Ese miedo hace que los ciudadanos usen menos la ciudad y quieran vivir menos en ella y más en urbanismos.

La tecnología brinda la opción de realizar muchas actividades cotidianas desde la casa, permitiendo trabajar y ser productivo sin necesidad de pasar por las incomodidades de la ciudad, donde el tráfico, el humo, las multitudes de personas, agregan estrés a la vida ciudadana. A diferencia de lo anterior, el urbanismo ofrece alternativas para disfrutar los últimos avances tecnológicos, sin tener que llegar a los centros de las ciudades como ha sido tradicional hasta ahora.

Este panorama configura lo expresado por Silva (2012) acerca de los imaginarios urbanos, que se resume en lo siguiente: “más estética y menos arte, y [...] más urbanismo y menos ciudad, es la base del proyecto y del concepto mismo de los

imaginarios urbanos y de las ciudades imaginadas” (Silva, 2012), que se viene trabajando en muchos lugares de América Latina y del mundo.

2.2 Distinciones conceptuales

En primer lugar, diversión según el diccionario de la RAE significa acción y efecto de divertir; divertir proviene del latín *divertere* ‘llevar por varios lados’. Diversión también significa recreo, pasatiempo, solaz. A su vez, solaz posee varios significados ‘consuelo, placer, esparcimiento, alivio de los trabajos’

“Ver, oler, oír, pasear, detenerse, recordar, representar”, como lo plantea Silva, “son atributos que deben ser estudiados en cada ciudad” (Silva, 2006, p.30). Ahora bien, la palabra diversión puede ampliar su significado si le asignamos el valor semántico de tales atributos, dentro del contexto de los imaginarios urbanos. Entonces, teniendo en cuenta la definición original del diccionario, se podrá decir que ‘diversión’ también significa “ver, oler, oír, pasear, detenerse, recordar, representar” la ciudad. Al menos desde el punto de vista de un ciudadano que recorre la urbe en su tiempo libre, en situaciones distintas a lo puramente laboral, o por asuntos ineludibles de su vida diaria. Así pues, se marca un punto de partida para este estudio sobre la diversión en Pereira, lo que permite ampliar la comprensión estudiando otros conceptos relacionados tales como ‘ocio’, y ‘recreación’, los cuales ayudarán a discernir este asunto.

Armando Silva, usa el término ‘ocio’ como título en uno de los apartes de su libro (Silva, 2006, p.223) donde da cuenta de los sitios de diversión frecuentados por los bogotanos. Y este uso del término, por parte de dicho autor, lleva a estudiar la palabra ‘ocio’ con detenimiento, dado que, para algunas personas, incluido el redactor de estas líneas, la palabra ha tenido relación con el uso peyorativo de términos como ‘ocioso’, sinónimo de perezoso; o también el término se ha usado para referirse al mal uso del tiempo libre en ocupaciones que no convienen.

Al consultar el significado de ‘ocio’ en el diccionario de la RAE se encuentran varias acepciones: cesación del trabajo, inacción o total omisión de la actividad. Otra acepción es: tiempo libre de una persona. Una acepción que expresa el alto valor que puede tener el ocio es: diversión u ocupación reposada, especialmente en obras de ingenio, porque estas se toman regularmente por descanso de otras tareas. En conclusión, el

término 'ocio' está relacionado íntimamente con 'diversión', y solo tiene connotación negativa cuando este término se usa para describir el carácter de una persona o pueblo que tiene como actividad principal el 'ocio'. Pero dados los usos comunes de esta palabra en la cultura colombiana, y el contexto de un país con economía pobre, es posible que el ocio sea visto únicamente con un significado negativo, asignándole la total responsabilidad de muchos problemas que pueden tener otras causas adicionales.

En cuanto a la palabra 'recreación' la definición del diccionario RAE trae lo siguiente: Acción y efecto de recrear. También significa: diversión para alivio del trabajo. De lo cual se puede concluir que recreación es sinónimo de diversión, pero con un pequeño agregado que permite deducir que la recreación, permite crear algo de nuevo, como medio para salirse de la rutina del trabajo, o para quitar la carga que produce el trabajo.

Silva usa el término 'recreación' cuando se refiere al 'territorio', más específicamente cuando habla de los clubes sociales, que establecen límites y barreras de seguridad para sus usuarios. También al presentar los resultados de la encuesta hecha a los bogotanos sobre el tema de la recreación, destaca la alta calificación que le dio la mayoría de encuestados a este imaginario urbano, y lo contrasta con el imaginario de la 'seguridad', de lo cual se deduce una relación importante entre imaginarios para tener en cuenta en la presente investigación. Tal como lo establece (Canclini, 1995), en su artículo Antropología y Ciudad, donde describe los cambios en el uso de los espacios públicos de recreación en grandes urbes México DF, debido a los imaginarios de inseguridad asociados a ellas. (p.101)

Otras menciones de la palabra 'recreación' aparecen cuando Silva se refiere a un parque donde los árboles que crecen en él forman un espacio de recreación, y también al destacar el valor recreativo de las ciclo vías en Bogotá. Con lo cual, se concluye la fuerte asociación de la palabra 'recreación' con los espacios dedicados al uso del tiempo libre.

Pese a que el término 'recreación' es usado por Silva (2006) para hablar de diversión, en una ocasión utiliza esta palabra con un significado diferente, para describir la reconstrucción en los medios de comunicación de imaginarios de carteles de la droga (p.330). Es decir, aquí la palabra es sinónimo de representación teatral de los personajes y situaciones de miembros de la mafia.

Por último, la palabra 'recreación' es usada por Silva (2006) para mencionar la posible intervención de las elites como recreadores de lo público, desde sus lugares privilegiados y aclara que, si eso ocurre, lo público no tomaría un carácter elitista. (p.350)

Como nota aclaratoria se presenta el término 'urbanitas' utilizado por el sociólogo Gilberto Bello, profesor de la Maestría en Comunicación Educativa, quien lo utiliza en numerosas ocasiones en referencia al término 'ciudadanos'. El uso del término 'urbanitas' está en concordancia con las transformaciones conceptuales que ha tenido el uso de la palabra 'ciudad' en favor de la palabra 'urbe', así como el término 'ciudadano' se ha venido transformando en la palabra 'urbano'.

2.3 Representaciones

Ahora bien, merece atención especial el término Representación, dado que se trata de una palabra esencial en la comprensión de los imaginarios según los propone Silva, quien hace una diferenciación fundamental entre términos: "Las representaciones se ven, los imaginarios son invisibles" (Silva, Imaginarios, el asombro social. Atmósferas ciudadanas: grafiti, arte público, nichos estéticos, 2014). La anterior es una frase que permite comprender con claridad, la teoría de los imaginarios urbanos, tomando en consideración que el propio autor explica que se trata de una metodología, una forma activa de comprender la ciudad. Pues Silva dice en una presentación magistral archivada en video, que "los imaginarios son invisibles, lo que son visibles son las representaciones, ¿pero que alienta las representaciones? Pues los imaginarios, por eso es un trabajo arqueológico." (Silva, 2014). Por lo tanto, es necesario utilizar las herramientas teóricas dadas para estudiar la cultura urbana, de manera que se puedan encontrar las pistas sobre los imaginarios que producen las representaciones.

No obstante lo anterior, los imaginarios urbanos son objetos que atraviesan tres instancias: "imaginario como construcción o marca psíquica; imaginario como posibilidad que da una tecnología o una técnica para la representación colectiva y el imaginario como construcción social de la realidad" (Silva, 2006, p. 100, 104). Con lo cual, se hace posible identificar imaginarios urbanos en cualquiera de estas instancias en la medida que existan grupos sociales afectados por ellos, que cambien sus

comportamientos a causa de los imaginarios. Un ejemplo del imaginario urbano del miedo se expresa así:

Si una persona siente miedo cuando pasa por un parque a determinada hora y esa situación solo le ocurre a dicho individuo, eso es infelizmente su problema individual. Pero si un grupo numeroso de la población siente miedo cuando pasa por ese parque a determinada hora, entonces se configura un imaginario urbano, que produce un cambio de comportamiento de las personas. (Silva, CIESPAL, 2016)

Silva (2016) destaca la importancia de emprender el estudio de los imaginarios urbanos, para cumplir una labor fundamental en el conocimiento de las urbes, a partir del estudio de las representaciones, que, siendo expresiones perceptibles de los imaginarios, a través de los sentidos, permiten conocer las sensaciones que tienen los grupos sociales acerca de la ciudad. Y de esta manera, se comprende la relación del ciudadano con lo urbano desde la estética que en este contexto se trata de un “tipo de percepción marcada por fenómenos inciertos y subjetivos, pero definitorios cuando de ver el mundo se trata” (Silva, 2006, p.120). Con lo cual, se elaboran especies de mapas de percepción urbana, donde se ubican los lugares con las diferentes sensaciones que producen en los ciudadanos. En consecuencia, de lo anterior, se ordenan los estudios urbanos diferenciando categorías conceptuales tan importantes como la estética y la ética, demarcando los campos de trabajo correspondientes a cada una de ellas.

2.4 Diversión, Ocio, Recreación.

Con base en lo anterior, tomando los diferentes significados y alusiones a todo lo relacionado con ‘la diversión para quitar la carga del trabajo’, parece necesario encontrar algún tipo de relación de ese fenómeno con los imaginarios urbanos. Así pues, se empezará a describir un contexto alrededor del ocio, que plantea estudiar profundamente los textos de Silva donde se mencione el asunto. También se abre la puerta a otros autores que aporten ideas conectadas al mismo tema, ubicándolas dentro del argumento que se pretende elaborar.

Al analizar el tema de “la utopía de la vida propia”, Silva, afirma que “estamos finalmente entonces frente al fin de la sociedad del trabajo (físico) que anuncia el

ingreso a una sociedad no exactamente del ocio. Como pregonaba la utopía Marcusiana, sino a una sociedad de consumo y de placer dirigido”. (Silva, 2006, p.353).

2.4.1 Actividades de diversión, ocio, recreación o entretenimiento

A diferencia de países donde la planificación y la disciplina social han creado un “estado de bienestar”, caracterizado por la satisfacción de las necesidades básicas del individuo, en Colombia se vive un estado de cosas muy diferente, donde, por el contrario, el derecho al trabajo es una disputa permanente dentro de la sociedad. Pues, aunque en la constitución actual del país, se reconocen nuevos derechos, el derecho a la recreación, estipulado en el artículo 44 como uno de los derechos fundamentales de los niños; y en los artículos 52, 54 y 67 para los trabajadores, en ocasiones parecería más bien, una especie de palabra muerta constitucional, que una verdadera posibilidad de realización. Sobre todo, porque las políticas del estado, en primer lugar, deben orientarse a la promoción de una población productiva, para un aparato productivo que genere puestos de trabajo suficientes, en un país donde el trabajo formal y de calidad escasea, y en consecuencia muchas personas, en vez de tener tiempo para la recreación, tienen mucho ocio obligado, o en los mejores casos, tiempo para el popular rebusque, o para buscar empleo.

Sin embargo, para toda persona, la diversión o la recreación, son actividades inherentes al ciudadano, que puede desarrollar independiente de si dedica o no, la mayor parte de su tiempo a actividades laborales. La diversión, entonces, puede tener diferentes formas, y realizarse en diferentes espacios urbanos.

Silva en su estudio sobre los usos de la ciudad, define en cuanto a la diversión o entretenimiento a “todas aquellas actividades adelantadas sin mediar obligación alguna y que por tanto constituyen decisiones encaminadas al placer y ocio ciudadano” (Silva, 2006, p.223). De lo que se excluyen todas las ocupaciones que tienen como objetivo la producción de bienes o servicios, propias de un empleo remunerado. Y, por lo tanto, están disponibles para todos los ciudadanos, aun para aquellos que no tengan la oportunidad de tener un empleo formal.

Se tienen entonces, actividades que “exigirán desplazamiento, como ir a un restaurante o a un evento deportivo, pero otras tan sólo exigen un acto de voluntad

desde el mismo hogar, como prender el televisor y elegir un programa” (Silva, 2006, p.223). Otras personas preferirán, asistir a lugares de rumba, de música, de representación teatral, o de cualquier índole, que les permita alejarse de la rutina diaria, y regresar a ella con una mente renovada para desempeñar las labores diarias.

Por último, la seguridad es un asunto fundamental para el desarrollo de actividades de recreación, porque esto influye significativamente en “los cambios en las prácticas de consumo cultural” (Canclini, 1995, p.101) donde se registra:

un proceso de desurbanización, en el sentido en que en los últimos años disminuye el uso recreativo de los espacios públicos. Esto se debe en parte a la inseguridad, y también a la tendencia impulsada por los medios electrónicos de comunicación a preferir la cultura a domicilio llevada hasta los hogares por la radio, la televisión y el video en vez de la asistencia a cines, teatros y espectáculos deportivos que requieren atravesar largas distancias y lugares peligrosos de la urbe. (Canclini, 1995, p.101).

De lo cual se deriva, el uso intensivo de programas de televisión, de las redes sociales, del celular, y, en consecuencia, del sedentarismo que puede convertirse en una manera de recreación con consecuencias negativas sobre la salud de las familias.

2.5 ¿Ciencias Normativas en la Diversión?

Peirce (1903) en la Lección I de Harvard sobre las Ciencias Normativas afirma que:

Las tres ciencias normativas son la lógica, la ética y la estética, siendo las tres doctrinas que distinguen lo bueno y lo malo; la Lógica con respecto a las representaciones de la verdad, la ética con respecto a los esfuerzos de la voluntad, y la Estética en los objetos considerados simplemente en su presentación. (pág. 14)

De lo cual se pueden sacar elementos de análisis del comportamiento humano, específicamente la diversión ciudadana que se expresa en los diferentes lugares de la ciudad.

Para empezar la discusión, se plantea que la estética tiene que ver con la sensación, producida en la mente, como reacción al mundo que está alrededor del individuo. La Estética es denominada primeridad, porque tiene que ver con lo que el individuo

percibe con sus sentidos y expresa como su propia experiencia personal. Desde el punto de vista lingüístico, la primeridad se corresponde con el pronombre personal YO, que enuncia los actos humanos desde el punto de vista de la persona que comunica el mensaje.

La ética que habla desde la secundidad, es decir, corresponde al mensaje que se recibe de otro, ya sea una persona, o una norma que se encuentra al frente y dice: TÚ debes hacer esto o aquello.

La lógica o ciencia de la terceridad, donde aparece un tercer individuo, EL, que puede ser un símbolo, una persona, un concepto que interviene como referencia necesaria para comprender la realidad del mundo.

Silva, señala que los imaginarios están hechos de estética, y no ética como lo había planteado Lacán al nombrar su triada de lo real, lo imaginario y lo simbólico. Este planteamiento señala que las experiencias humanas comienzan con las sensaciones, que impactan psíquicamente los individuos, quienes deciden cómo comportarse a partir de ellas con base en los juicios lógicos que elaboran. Es decir, el primer conocimiento del mundo se construye a partir de las sensaciones o percepciones de la realidad que poseen los ciudadanos. Estas sensaciones o percepciones se denominan imaginarios urbanos, y se generan en colectivos de personas, quienes comparten dichas percepciones. Cabe recordar que los imaginarios se manifiestan en cualquiera de sus tres instancias, ya citadas.

Luego aparecen los “esfuerzos de la voluntad” para actuar de una u otra manera de acuerdo a unas normas éticas o sociales. Pues el ciudadano es ante todo un ser social que se define a sí mismo como parte de un colectivo de personas, que viven en comunidad. Finalmente, la lógica es la encargada de comprender los fenómenos urbanos de acuerdo a sus reglas, las cuales son aprendidas en los diferentes ámbitos urbanos. Así pues, se sugiere que los individuos en sus actividades diarias siguen un orden de actuación donde en primer lugar aparece la sensación, también se produce un juicio o decisión con base en la ética y finalmente la lógica permite la comprensión total de la actuación. Esto sucede instantáneamente, aunque la descripción parezca situar los eventos en tiempos diferentes.

Por lo tanto, en cada actuación de la vida diaria, los ciudadanos hacen uso de juicios estéticos, éticos y lógicos simultáneamente, en el desarrollo de sus experiencias urbanas. Sin embargo, en el caso de la diversión, ocio, entretenimiento, o recreación, la experiencia estética es el principal objetivo de la actuación, de lo cual se deduce que los juicios éticos y lógicos quedan relegados a un segundo lugar y permiten que el ciudadano actúe 'más libremente' que en el tiempo dedicado a sus responsabilidades diarias. De lo cual surge un punto de atención, especialmente cuando en la diversión intervienen agentes que adormecen los juicios éticos y lógicos, dando lugar a comportamientos sociales relajados.

Ahora bien, la diversión, como dijo Silva (2006), son "todas aquellas actividades adelantadas sin mediar obligación alguna", (p.223) que estando disponibles en cualquier lugar y tiempo, no es necesario fijar un límite exacto en el tiempo para cumplir las obligaciones diarias, y el tiempo de la diversión. Quedando la ética y la lógica como parte del equipamiento mental de los ciudadanos, que ellos pueden utilizar para moderar el ocio, de manera que la vida urbana siga su curso normal. De manera que las necesidades humanas, la educación, las normas sociales, los reglamentos, y las leyes aparecen como control de las actividades de ocio, porque de otro modo, la búsqueda de placer se convertiría en la única razón para compartir la vida urbana.

CAPÍTULO 3. METODOLOGÍA

El Macroproyecto Pereira Imaginada permite estructurar estudios de ciudad con base en aproximaciones metodológicas de tipo cualitativo y cuantitativo. Para recolectar información cuantitativa se cuenta con una plataforma tecnológica, que almacena los datos en una base de datos disponible para realizar estudios de ciudad, entre ellos los imaginarios urbanos. La portada del sitio web aparece a continuación:



Ilustración 1 Portada Macroproyecto Pereira Imaginada

Desde el punto de vista cualitativo, se lleva a cabo el siguiente recorrido metodológico:

FASES	ACTIVIDADES	INSTRUMENTO DE EVALUACION
Fase 1. Recolección de datos	Revisión Bibliográfica Definición de Población Diseño de encuesta de recolección Aplicación de la encuesta	-Observación participante -Entrevista
Fase 2. Análisis	Sistematización de la información Identificación de temáticas (diversión, ocio y recreación) Agrupación y cruce de temas para graficar Análisis e interpretación de las gráficas	

Tabla 2 Metodología

Fase 1.

Recolección de datos

La fase de recolección de datos incluye revisión bibliográfica, definición de población, diseño de encuesta de recolección, y aplicación de la encuesta utilizando la plataforma tecnológica del Macroproyecto Pereira Imaginada.

Revisión Bibliográfica:

En esta etapa del proyecto se consultaron diversos documentos, empezando por los trabajos de Armando Silva quien ha publicado numerosos documentos acerca de los imaginarios urbanos, y es el proponente de esta teoría y metodología para estudiar la ciudad. La búsqueda incluyó libros digitales, videos, y trabajos de investigación basados en los imaginarios urbanos. La principal fuente de consulta para el presente trabajo fue el libro *Imaginarios Urbanos* edición 2006 de Armando Silva, de donde se extrajeron muchos conceptos expresados aquí, y a partir del cual se construyó su estructura. Además del libro, se estudiaron varios videos donde Silva hace ponencias importantes sobre el proyecto *Ciudades Imaginadas*, con información valiosa sobre sus experiencias y hallazgos, junto con la exposición teórica que hace allí.

También se estudiaron algunos documentos de Canclini, Martín Barbero, Peirce, y de otros autores, según varias referencias encontradas en el libro de Silva, y en videos publicados acerca sobre sus trabajos.

Al conocer las diferentes temáticas estudiadas en dicho Macroproyecto se encuentra que un tema que no se ha trabajado en ningún estudio anterior, es el tema de los imaginarios urbanos de diversión en Pereira.

Definición de Población:

La población escogida para este proyecto se seleccionó por dos criterios principales: el primero fue por la cercanía laboral y el otro por la cercanía social. En el primer caso se incluyeron grupos de aprendices del SENA del Centro de Comercio y Servicios donde laboro actualmente. De esa población se incluyeron en la muestra seis grupos, a cuatro de ellos les daba formación como instructor de inglés, y otros dos grupos participaron en la muestra por colaboración de una compañera instructora.

En el segundo caso se incluyeron algunos amigos personales, otros referidos por dichos amigos y unas personas referidas por aprendices que se interesaron en colaborar con la muestra, compartiendo con otros el acceso a la plataforma de recolección de datos.

Diseño de encuesta de recolección:

El proyecto Pereira Imaginada tiene un sitio web que permite recolectar información proveniente de una encuesta elaborada para conocer imaginarios urbanos en esta ciudad. La encuesta está conformada por 109 preguntas que consultan la opinión sobre diferentes temas de ciudad, la cual se utilizó en esta investigación con varios grupos de personas.

Preguntas de la encuesta

1. ¿Con qué palabra identifica su ciudad?
2. ¿Con qué tiempo identifica más a su ciudad?
3. ¿Con qué género musical identifica su ciudad?
4. Elija un sitio representativo de la arquitectura de la ciudad
5. ¿Qué sitio cree que identifica su ciudad?
6. ¿Cuándo piensa en la ciudad con qué color lo identifica?
7. ¿Cómo percibe la calidad de vida de la ciudad?
8. ¿En qué sector de la ciudad trabaja o estudia?
9. ¿Cómo percibe el tráfico en la ciudad?
10. ¿Cómo percibe la seguridad en la ciudad?
11. ¿Cómo percibe la educación en la ciudad?
12. ¿Cómo percibe el servicio de transporte público en la ciudad?
13. ¿Cómo percibe la salud en la ciudad?
14. ¿Cuál es el lugar que más le gusta de la ciudad?
15. ¿Qué lugar no le gusta de la ciudad?
16. ¿Cuál es la calle o zona más transitada por jóvenes?
17. ¿Cuál es la calle o zona más transitada por viejos?
18. ¿Cuál es la calle o zona más peligrosa de la ciudad?
19. ¿Cuál es la zona con el mejor olor de la ciudad?
20. ¿Cuál es la calle o zona con el peor olor de la ciudad?
21. ¿Cuál es la zona o calle más alegre de la ciudad?
22. ¿Cuál es la calle o zona más triste de la ciudad?

23. ¿Cuánto tiempo se gasta diariamente transportándose al lugar de estudio o trabajo?
24. ¿Cuánto tiempo le dedica en la semana a su vida familiar?
25. ¿Cuánto tiempo le dedica en la semana a los amigos?
26. ¿El carácter de los ciudadanos se puede identificar cómo?
27. ¿De dónde cree usted que provienen los habitantes de la ciudad?
28. ¿Cuál cree usted es el invento más importante del siglo XX?
29. ¿Es miembro de alguna iglesia o similar?
30. ¿Qué opción en cuanto a movilidad usa en la ciudad?
31. ¿Qué frecuencia de lectura tiene usted?
32. ¿Qué tipo de programas consume en televisión?
33. ¿Qué tipo de programas consume en radio?
34. ¿Qué tipo de rutinas tiene en el cuidado del cuerpo?
35. ¿Qué tipo de comida consume más?
36. ¿Qué tipo de comida le gusta a los ciudadanos?
37. ¿Dónde come entre semana?
38. ¿Dónde come el fin de semana?
39. ¿Qué actividad le gusta realizar en pareja?
40. ¿Al interior de cada actividad en pareja qué bebida prefiere?
41. ¿Al interior de cada actividad en pareja qué comida prefiere?
42. ¿Al interior de cada actividad en pareja qué música prefiere?
43. ¿Al interior de cada actividad en pareja qué tipo de cine prefiere?
44. ¿En qué actividad invierte el uso de la computadora?
45. ¿Cómo se comunica con familiares?
46. ¿En qué actividad dedica el tiempo libre?
47. ¿Qué actividad le gustaría hacer en el tiempo libre?
48. ¿Con qué palabra identifica la ciudad de Manizales?
49. ¿Con qué palabra identifica la ciudad de Medellín?
50. ¿Con qué palabra identifica la ciudad de Armenia?
51. ¿Con qué palabra identifica la ciudad de Cali?
52. ¿Con qué palabra identifica la ciudad de Bogotá?

53. ¿Con qué ciudad es afín Pereira?
54. ¿Con qué ciudad no es afín Pereira?
55. ¿Cómo cree que nos ven los otros?
56. ¿El tiempo de dedicación a los deportes es?
57. ¿El tiempo de dedicación a Terapias alternativas es?
58. ¿El cuidado en la alimentación es?
59. ¿El tiempo de dedicación a los noticieros en televisión es?
60. ¿El tiempo de dedicación a los programas de variedades en televisión es?
61. ¿El tiempo de dedicación a los programas de cultural en televisión es?
62. ¿El tiempo de dedicación a las novelas en televisión es?
63. ¿El tiempo de dedicación a los programas infantiles en televisión es?
64. ¿Qué tipo de programas consume en radio?
65. ¿El tiempo de dedicación a los programas musicales en radio es?
66. ¿El tiempo de dedicación a los programas dramatizados en radio es?
67. ¿El tiempo de dedicación a los programas infantiles en radio es?
68. ¿Con qué personaje identifica la ciudad?
69. Califique el desempeño de los dirigentes de Pereira en cuanto a los siguientes aspectos
70. ¿Cuál cree que es el acontecimiento más importante en los últimos treinta años de la historia de Pereira?
71. Cuando piensa en el futuro de Pereira en los próximos 20 años, ¿con qué la identifica?
72. Mencione cuatro sitios de diversión que tenga Pereira:
73. ¿Con qué dispositivo móvil/computadora accede a Internet?
74. Califique los siguientes aspectos dependiendo de la frecuencia de su uso. Teatro
75. Califique los siguientes aspectos dependiendo de la frecuencia de su uso. Centros comerciales
76. Califique los siguientes aspectos dependiendo de la frecuencia de su uso. Cultos religiosos
77. Califique los siguientes aspectos dependiendo de la frecuencia de su uso. Televisión

78. Califique los siguientes aspectos dependiendo de la frecuencia de su uso.
Recitales o conciertos
79. Califique los siguientes aspectos dependiendo de la frecuencia de su uso.
Museos
80. Califique los siguientes aspectos dependiendo de la frecuencia de su uso.
Lecturas
81. Califique los siguientes aspectos dependiendo de la frecuencia de su uso.
Caminatas o paseos
82. Califique los siguientes aspectos dependiendo de la frecuencia de su uso.
Espacios deportivos
83. Califique los siguientes aspectos dependiendo de la frecuencia de su uso.
Restaurantes
84. Califique los siguientes aspectos dependiendo de la frecuencia de su uso.
Bibliotecas
85. Califique los siguientes aspectos dependiendo de la frecuencia de su uso.
Espectáculos deportivos
86. Califique los siguientes aspectos dependiendo de la frecuencia de su uso. Cine
87. Califique los siguientes aspectos dependiendo de la frecuencia de su uso.
Juegos electrónicos
88. Califique de uno (1) a cinco (5) dependiendo de la frecuencia de uso. (Escala 1 = nada, 5 = mucho). Computador
89. Califique de uno (1) a cinco (5) dependiendo de la frecuencia de uso. (Escala 1 = nada, 5 = mucho). Internet
90. Califique de uno (1) a cinco (5) dependiendo de la frecuencia de uso. (Escala 1 = nada, 5 = mucho). Radio
91. Califique de uno (1) a cinco (5) dependiendo de la frecuencia de uso. (Escala 1 = nada, 5 = mucho). Televisión
92. Califique de uno (1) a cinco (5) dependiendo de la frecuencia de uso. (Escala 1 = nada, 5 = mucho). Teléfono fijo
93. Califique de uno (1) a cinco (5) dependiendo de la frecuencia de uso. (Escala 1 = nada, 5 = mucho). Teléfono celular

94. Califique según la frecuencia de uso los siguientes tipos de lecturas (Escala 1= nada, 5 = mucho). Literatura
95. Califique según la frecuencia de uso los siguientes tipos de lecturas (Escala 1= nada, 5 = mucho). Material especializado
96. Califique según la frecuencia de uso los siguientes tipos de lecturas (Escala 1= nada, 5 = mucho). Periódicos
97. Califique según la frecuencia de uso los siguientes tipos de lecturas (Escala 1= nada, 5 = mucho). Revistas
98. Califique según la frecuencia de uso a los siguientes programas de televisión (Escala 1 = nada, 5= mucho). Noticieros
99. Califique según la frecuencia de uso a los siguientes programas de televisión (Escala 1 = nada, 5= mucho). Variedades
100. Califique según la frecuencia de uso a los siguientes programas de televisión (Escala 1 = nada, 5= mucho). Culturales
101. Califique según la frecuencia de uso a los siguientes programas de televisión (Escala 1 = nada, 5= mucho). Telenovelas
102. Califique según la frecuencia de uso a los siguientes programas de televisión (Escala 1 = nada, 5= mucho). Infantiles
103. Califique según la frecuencia de uso a los siguientes programas de televisión (Escala 1 = nada, 5= mucho). Series
104. Califique según la frecuencia de uso a los siguientes programas de televisión (Escala 1 = nada, 5= mucho). Reality shows
105. Califique según la frecuencia de uso a los siguientes programas de televisión (Escala 1 = nada, 5= mucho). Documentales
106. Califique según la frecuencia de uso a los siguientes programas de Radio (Escala 1 = nada, 5= mucho). Noticieros
107. Califique según la frecuencia de uso a los siguientes programas de Radio (Escala 1 = nada, 5= mucho). Variedades
108. Califique según la frecuencia de uso a los siguientes programas de Radio (Escala 1 = nada, 5= mucho). Culturales

109. Califique según la frecuencia de uso a los siguientes programas de Radio (Escala 1 = nada, 5= mucho). Musicales

Aplicación de la encuesta:

La encuesta se aplica en un período que comienza el 5 de septiembre de 2018 y se termina en dos semanas, contados a partir de que el primer grupo empieza a responder las preguntas de la encuesta, hasta el día que el último grupo hace lo mismo en la plataforma del proyecto. En este proceso se viven las situaciones normales de clase donde primero se deben cumplir las obligaciones de la formación del SENA, y luego se abre el espacio necesario para la participación en la encuesta a través de los equipos de computación que posee la institución.

Los grupos participantes son los siguientes:

- Miércoles 5 de septiembre. 10:15 de la mañana. Se presenta la encuesta a un grupo de aprendices del programa técnico en Cocina.
- Miércoles 5 de septiembre. 12:30 del mediodía. Presentación de la encuesta a un grupo de aprendices del programa técnico en Mesa y Bar.
- Miércoles 5 de septiembre. 5:00 de la tarde. 16 aprendices del grupo técnico en Operaciones Comerciales responden la encuesta.
- Viernes 7 de septiembre. 8:30 de la mañana. Un grupo de aprendices del programa técnico en BPO (Business Process Outsourcing) resolvió la encuesta.
- Martes 11 de septiembre. 10:15 de la mañana. Se realiza la encuesta a un grupo de aprendices del técnico en Estética de la mañana.
- Martes 11 de septiembre. 4:15 de la tarde. El grupo técnico en Estética de la jornada de la tarde también responde el cuestionario sobre Pereira Imaginada.

Instrumentos de investigación

-Observación participante:

Al presentar el proyecto Pereira Imaginada donde ellos participan mediante la encuesta que diligencian en el sitio Web dispuesto para esto, y al responder inquietudes al respecto, pude interactuar de dos maneras con los grupos: Primero, exponiendo e informando sobre el proyecto, a través de lo cual se presentaron los conceptos básicos y necesarios para que ellos se comprometieran con la entrega de información dentro de la encuesta. Segundo, colaborando en la solución de preguntas de los encuestados, y en el manejo de la plataforma tecnológica donde se encuentra la encuesta.

-Entrevista:

Al recolectar los datos se pudieron realizar pequeñas entrevistas a las personas que parecían más interesadas en conocer detalles del proyecto. A continuación, se presentan algunos fragmentos de varias entrevistas.

Cristina: me gusta la encuesta porque conozco mejor la ciudad. *Juan Pablo*: muchas preguntas, buenas las preguntas. Reconocí sitios de Pereira donde van los jóvenes, los sitios peligrosos. *Laura*: buena la encuesta, da a conocer la ciudad, los lugares, las preguntas de cultura. *Valentina*: me gusta la encuesta porque habla de la ciudad, la salud está muy mal, falta educación. *Cristian*: la encuesta ayuda a recordar los sitios. *Sebastián*: encuesta larga, ojalá se use para algo útil. *Cristina 2*: me gusta mucho la encuesta porque habla de nuestra ciudad, y las cosas que podemos hacer por ella; se distingue donde uno vive. *Alejandro*: encuesta interesante, lo hace pensar a uno en cosas como la recreación (no reconozco 4 sitios de diversión), la calle más peligrosa.

En resumen, los encuestados consideran muy conveniente la encuesta porque les permite reconocer su ciudad, a través de temas que antes, ellos no habían tenido en cuenta tales como los sitios con buenos o malos olores, los sitios frecuentados por los jóvenes, los sitios peligrosos, entre otros. También, se sienten protagonistas de la ciudad, al reconocer su papel en la construcción de ella.

Fase 2.

La información recolectada a través de la encuesta se imprime para visualizar los datos entregados por los ciudadanos. Allí se buscan temas y relaciones entre los datos de manera que surgen a medida que se estudian las cifras y se trabajan los referentes teóricos de los imaginarios urbanos.

Análisis

Esta etapa permite estudiar los conceptos teóricos documentados sobre los imaginarios urbanos especialmente los trabajos de Armando Silva (2006). También se estudian algunas tesis sobre imaginarios urbanos realizadas sobre Pereira.

Sistematización de la información:

Se imprimieron todas las gráficas generadas por el sitio web a partir de los datos recolectados en la etapa anterior. La información contenida allí se estudia para identificar las respuestas entregadas en la encuesta. De la lectura de la encuesta se identifica y captura información pertinente con el objeto de estudio, para su posterior análisis. Los diversos temas que componen la encuesta, para encontrar imaginarios urbanos entre todos los datos. Esta etapa tomó alrededor de dos semanas.



Ilustración 2 Encuesta Macroproyecto Pereira Imaginada

Identificación de temáticas (diversión, ocio y recreación):

El contenido de las respuestas a cada pregunta fue revisado para capturar información pertinente de acuerdo a la pregunta de investigación, es decir, todas las categorías referidas a la diversión.

De las preguntas realizadas en la encuesta se identificaron los temas que se relacionan directamente con la diversión, para lo cual se cuenta con los referentes metodológicos presentados por Silva (2006) a partir de sus investigaciones en Bogotá y Sao Paulo. En esas investigaciones se tomaron las categorías trabajadas dentro del entretenimiento, diversión, recreación, y uso del tiempo libre que prefieren los urbanitas de estas ciudades. En concordancia con lo dicho antes, se fija el criterio de seleccionar actividades ciudadanas que realizan los urbanitas sin que intervengan la obligación, los compromisos, o los deberes de ningún tipo. Allí se mencionan específicamente algunas de las actividades de diversión que prefieren los ciudadanos de Bogotá y Sao Paulo: ir a restaurantes, cines, sitios de diversión (no especificados), espectáculos deportivos, además de las ciclo vías en paseos dominicales o días de fiesta. (p.223)

En la búsqueda de las categorías pertinentes con el objeto de estudio, se encuentran referencias a los trabajos de consumo cultural de Canclini. Al consultar uno de los hallazgos de Canclini (1995) se encuentra que existe un circuito sociocultural de “comunicación masiva, dedicado a los grandes espectáculos de entretenimiento (radio, cine, televisión, video)” (p.33), el cual influye en la construcción de las “identidades modernas” (Canclini, 1995, p.30). De tal manera que el uso de estos medios tecnológicos, debe ser incluido en la investigación de imaginarios urbanos de diversión.

Agrupación y cruce de temas para graficar:

Para el presente estudio se utiliza el modelo de investigación cualitativa propuesto por Silva (2006) a partir del uso y las evocaciones de la ciudad. Al usar este enfoque se hacen visibles las “distintas estrategias sobre la manera como los ciudadanos recuerdan, usan y conocen su ciudad”(p.157).

El uso se refiere a “experiencias empíricas con la ciudad: trazar algunas rutas, construir ciertos senderos, visitar zonas de la ciudad con alguna frecuencia, calificar

servicios [...], asistir a ciertos sitios o conocer la distribución zonal de la ciudad” (Silva, 2006, p.157).

Por otra parte, evocación tiene que ver con “ubicación de distintos lugares [...], personajes de recuerdo, sitios de uso, escalas cromáticas y olfativas, fantasías elaboradas sobre sitios, imágenes con que se identifican calles, recuerdos y acontecimientos dramáticos en la vida de la ciudad” (Silva, 2006, p.156). Las evocaciones se organizan en tres grandes temas: acontecimientos, identidades y ensoñaciones. Las preguntas sobre acontecimientos no entregaron información pertinente con el objeto de estudio y por lo tanto, no se tuvieron en cuenta en esta sección ni en el análisis de resultados.

Al final de la búsqueda de categorías relacionadas con ‘sitios de diversión en Pereira’, se seleccionaron las preguntas que aparecen a continuación, las cuales recogen datos sobre usos de la ciudad, y sobre proyecciones imaginarias que construyen los ciudadanos.

Preguntas relacionadas con el Uso de la ciudad

1. Mencione cuatro sitios de diversión que tenga Pereira:
2. ¿En qué actividad dedica el tiempo libre?
3. ¿Dónde come el fin de semana?
4. ¿El tiempo de dedicación a los deportes es?
5. ¿Qué tipo de rutinas tiene en el cuidado del cuerpo?
6. ¿Qué actividad le gusta realizar en pareja?
7. Califique los siguientes aspectos dependiendo de la frecuencia de su uso.
Centros comerciales
8. Califique los siguientes aspectos dependiendo de la frecuencia de su uso.
Restaurantes
9. Califique los siguientes aspectos dependiendo de la frecuencia de su uso.
Caminatas o paseos
10. Califique los siguientes aspectos dependiendo de la frecuencia de su uso.
Espacios deportivos
11. Califique los siguientes aspectos dependiendo de la frecuencia de su uso. Cine

12. Califique los siguientes aspectos dependiendo de la frecuencia de su uso.
Recitales o conciertos
13. Califique los siguientes aspectos dependiendo de la frecuencia de su uso.
Espectáculos deportivos
14. Califique los siguientes aspectos dependiendo de la frecuencia de su uso.
Juegos electrónicos
15. Califique los siguientes aspectos dependiendo de la frecuencia de uso. Teatro
16. Califique los siguientes aspectos dependiendo de la frecuencia de su uso.
Museos
17. Califique los siguientes aspectos dependiendo de la frecuencia de su uso.
Lecturas
18. Califique los siguientes aspectos dependiendo de la frecuencia de su uso.
Televisión
19. Califique de uno (1) a cinco (5) dependiendo de la frecuencia de uso. (Escala 1 = nada, 5 = mucho). Radio

Preguntas relacionadas con las Proyecciones Imaginarias.

Ensoñaciones

20. ¿Cuál es el lugar que más le gusta de la ciudad?
21. ¿Cuál es la zona con el mejor olor de la ciudad?
22. ¿Cuál es la calle o zona más transitada por jóvenes?
23. ¿Cuál es la calle o zona más transitada por viejos?
24. ¿Qué actividad le gustaría hacer en el tiempo libre?

Identidades

25. ¿Cuándo piensa en la ciudad con qué color lo identifica?
26. ¿El carácter de los ciudadanos se puede identificar cómo?
27. ¿Con qué palabra identifica su ciudad?
28. ¿Con qué tiempo identifica más a su ciudad?
29. ¿Cuál es la zona o calle más alegre de la ciudad?

La información recolectada se organiza en una tabla de acuerdo a las respuestas dadas, teniendo en cuenta el valor nominal de cada respuesta, de mayor a menor. De modo que los imaginarios urbanos más extendidos corresponden a la preferencia uno, la preferencia dos se aplica a imaginarios con valores nominales menores, y así se continúa la ordenación de los valores de preferencias, con los demás imaginarios. Se utilizan colores para encontrar relaciones entre las respuestas que coinciden en diferentes preguntas. Además, se establecen las frecuencias de imaginarios relacionados con el uso de la ciudad, donde se ubican las preferencias, en orden descendente de acuerdo al valor de las respuestas.

Quedan varias respuestas resaltadas en rojo para algunas respuestas que porcentualmente indican imaginarios que están en proceso de formación, y por lo tanto se incluyen en el análisis de los datos.

Preguntas sobre el Uso de la ciudad	Preferencia uno	Preferencia dos	Preferencia tres	Preferencia cuatro	Preferencia cinco
Sitios diversión	Consota	Ukumari	C Victoria	Parque café	Circunvalar
Actividades tiempo libre	En casa	Descansar	Dormir	Deporte	Televisión
Sitio comidas fin semana	Casa	Restaurante	Calle		
Tiempo para los deportes	Nada	Mucho	Poco		
Rutinas cuidado del cuerpo	Deporte	Alimentación	Otra		
Actividad favorita en pareja	Comida	Cine			
Uso de centros comerciales	Casi siempre	A veces	Siempre	Casi nunca	
Uso de Restaurantes	A veces	Casi siempre	Siempre	Casi nunca	
Uso caminatas o paseos	A veces	Casi	Siempre		

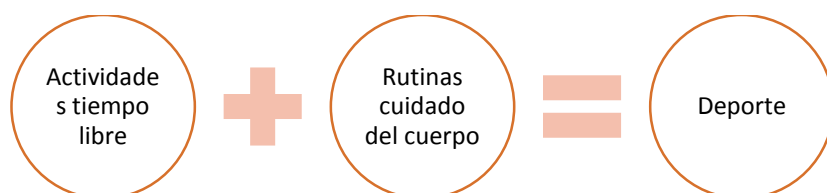
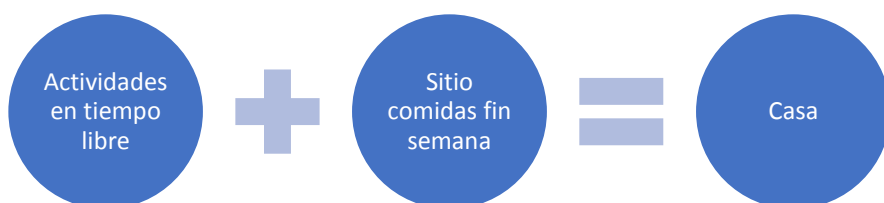
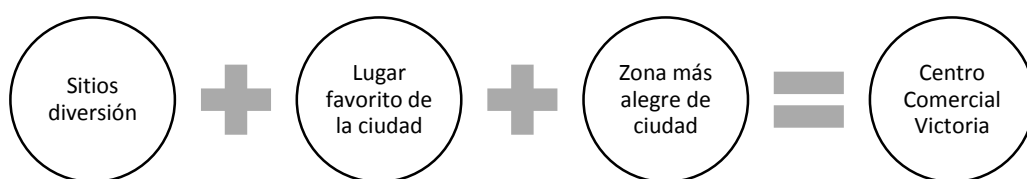
		siempre			
Uso espacios deportivos	A veces	Casi siempre	Casi nunca	Siempre	
Uso de cine	A veces	Casi siempre	Siempre		
Uso recitales o conciertos	A veces	Casi siempre	Siempre	Casi nunca	
Uso espectáculos deportivos	A veces	Nunca	Casi siempre	Siempre	
	Casi nunca				
Uso de juegos electrónicos	A veces	Nunca	Casi siempre		
	Casi nunca				
Uso de teatro	A veces	Nunca	Casi nunca		
Uso de museos	Casi nunca	Nunca	A veces		
Uso de lecturas	A veces	Casi siempre	Siempre	Casi nunca	
Uso de televisión	Casi siempre	A veces	Casi nunca	Siempre	
Uso de radio	A veces	Casi siempre	Casi nunca	Nunca	Otra
Preguntas relacionadas con las Proyecciones Imaginarias.					
Ensoñaciones					
Lugar favorito de la ciudad	Consotá	U Tecnológica	Circunvalar	C Victoria	
Zona con mejor olor ciudad	C comercial	Frisby	No sabe	La Lucerna	

Zona de jóvenes	U Tecnolog	A Circunvalar	C Comercial	La Badea	
Zona de viejos	P Bolívar	Parque Libertad			
Actividad ocio que anhela	Viajar	Pasear			
Identidades					
Color que identifica ciudad	Amarilla	Verde	Rojo	Azul	Naranja
Carácter de los ciudadanos	Amables	Alegres	Serenos		
Palabra identifica ciudad	Alegre	Peligrosa	Otra	Vital	
Tiempo identifica ciudad	Tarde	Mañana	Noche		
Zona más alegre de ciudad	Circunvalar	La Badea	C Victoria		

Tabla 3 Cruce de temas

Luego se agrupan las palabras que se repiten en diferentes respuestas de la encuesta y se presentan en gráficos para ofrecer mayor claridad a la hora de analizar los datos. Dentro del análisis no se incluye la respuesta 'La Badea' porque es un sector que territorialmente pertenece al municipio de Dosquebradas, aunque para mucha gente es considerado Zona Rosa de Pereira. Las palabras resaltadas en color rojo dentro de la tabla se consideran imaginarios en construcción o en decadencia, dado que el porcentaje que obtienen en las respuestas se acercan a los valores numéricos desde donde se empiezan a denominar imaginarios. Estos son: los colores que identifican a Pereira 'azul' y 'naranja'; y la palabra que identifica la ciudad 'vital'.

Enseguida se presentan los cruces de temas en las gráficas según las relaciones de palabras encontradas en la tabla.





Relación de frecuencias de uso de la ciudad

A continuación, se presenta una propuesta para valorar el uso de la ciudad extraído de la tabla de datos que se construyó antes. A partir de las frecuencias de uso expresadas en las respuestas de la encuesta se asignaron los valores que tienen en la encuesta, es decir, la frecuencia de uso 'siempre' tiene un valor de 5, la frecuencia de uso 'casi siempre' equivale a 4, y de igual forma con todas las demás frecuencias. Adicionalmente se agregó una columna donde se registra el número de datos pertinentes que entrega cada pregunta de la encuesta. Para la tabla se consideran datos pertinentes aquellos con porcentajes de frecuencia igual o superior a 10%.

El procedimiento consistió en pasar la tabla de frecuencias a una tabla de Excel y cambiar las palabras de frecuencia por valores numéricos, según se explicó antes. Luego, se asignaron valores teniendo en cuenta el orden de preferencia de cada respuesta así: la preferencia uno debía tener un valor relativo superior a la preferencia dos, la preferencia dos un valor relativo superior a la preferencia tres, etcétera. Los valores relativos son números asignados para reflejar el orden de preferencia según las respuestas de la encuesta, de modo que al calcular los valores numéricos se incluyan las preferencias de los encuestados.

Valores relativos asignados: preferencia uno valor asignado 4, preferencia dos, valor asignado 3, preferencia tres, valor asignado 2, preferencia cuatro, valor asignado 1. Después de asignados los valores relativos, se multiplican los valores de frecuencia por los valores relativos en forma horizontal en cada fila. Esta multiplicación produce unos valores numéricos que se suman uno a uno. Finalmente, el resultado de la suma de cada fila se divide el número de datos, que también aparece en la tabla. El resultado de la división se coloca en la columna 'Puntaje total'. Los puntajes se ordenan de mayor a

menor para facilitar la lectura de los datos. La tabla que calcula numéricamente las preferencias de uso de la ciudad se muestra a continuación.

Valores relativos al orden de preferencia	4	3	2	1		
Preguntas sobre el Uso de la ciudad	Preferencia uno	Preferencia dos	Preferencia tres	Preferencia cuatro	Número de datos	Puntaje total
Uso caminatas o paseos	3	4	5		3	11,3
Uso de cine	3	4	5		3	11,3
Uso de centros comerciales	4	3	5	2	4	9,3
Uso de Restaurantes	3	4	5	2	4	9,0
Uso recitales o conciertos	3	4	5	2	4	9,0
Uso de lecturas	3	4	5	2	4	9,0
Uso de televisión	4	3	2	5	4	8,5
Uso espacios deportivos	3	4	2	5	4	8,3
Uso de juegos electrónicos **	5	1	4		4	7,8
Uso de radio	3	4	2	1	4	7,3
Uso espectáculos deportivos**	5	1	4	5	5	7,2
Uso de teatro	3	1	2		3	6,3
Uso de museos	2	1	3		3	5,7

Tabla 4 Frecuencias relativas de uso de ciudad

*Se incluyen dos datos que registraron la misma frecuencia de uso del 30%, estas son: la frecuencia 'a veces', y la frecuencia 'casi nunca'

**Como el caso anterior se incluyen dos datos con la misma frecuencia de uso: 'casi nunca' 30%, 'a veces' 30%

Los valores del puntaje total se organizaron de mayor a menor para indicar las preferencias de uso de la ciudad por parte de los encuestados, a través de una comparación de valores relativos entre los distintos usos. Los valores obtenidos al final no tienen unidades de medición, solo es una forma de encontrar sentido a los datos

encontrados después de organizar la información. De esta manera se entrega un instrumento para el análisis de los datos, que se basa en la comparación numérica entre los diferentes usos de la ciudad, para mostrar la propagación de los imaginarios de diversión entre los ciudadanos.

Análisis e interpretación de las gráficas

Las gráficas se analizan numéricamente aplicando criterios de la metodología de Ciudades Imaginadas creada por Armando Silva. Según la metodología, si un grupo numeroso de la población coincide en una percepción estética sobre algún fenómeno que ocurre en la ciudad, ahí se configura un imaginario urbano. (Silva, CIESPAL, 2016) Se tiene establecido un valor porcentual de la población que se considera necesario para configurar un imaginario urbano, es decir, un porcentaje mínimo de personas que deben coincidir en la misma percepción de un fenómeno, o sobre el mismo objeto del deseo, este porcentaje es del diez por ciento (10%) en adelante. Entonces, entre mayor sea el porcentaje de la población que percibe un fenómeno urbano de la misma manera, más extendido estará el imaginario urbano estudiado. Cuando la percepción del fenómeno es compartida por un porcentaje menor al diez por ciento de la población puede significar dos cosas, la primera es que la percepción social del fenómeno no se ha extendido suficientemente entre los urbanitas para considerarse un imaginario, o por el contrario, puede tratarse de un imaginario que está desapareciendo porque los ciudadanos están modificando la percepción del fenómeno.

Con cada gráfica se hace un análisis numérico para identificar los fenómenos a estudiar como imaginarios urbanos. Luego de identificar los imaginarios se interpretan estos resultados y se presentan los argumentos con soportes teóricos.

Cuando existen datos sobre los fenómenos estudiados y se tienen a la mano, se aplica un modelo de percepción imaginaria propuesto por Silva (2012) que permite analizar tres casos posibles: (1) si la realidad establecida por los datos empíricos coincide con los imaginarios, (2) si la realidad empírica es mayor a los imaginarios, (3) o el caso donde los imaginarios son mayores a la realidad empírica. Luego se aplica el marco de análisis, y se sustentan las interpretaciones con base en el marco teórico y en el propio marco de análisis.

Cuando no se tienen a la mano datos empíricos sobre los imaginarios estudiados, se interpretan los datos con base en el marco teórico y el marco de análisis y se soportan los argumentos a través de conceptos teóricos, o hallazgos de investigaciones hechas por los autores.

Como ya se dijo antes, Silva (2006) plantea un modelo para organizar la información encontrada en el desarrollo de la investigación: De acuerdo a las proyecciones imaginarias que construyen los ciudadanos, y de acuerdo a los usos de la ciudad. En el primer caso aparecen “las asociaciones metafóricas, en el segundo las calificaciones y los saberes” (p.157). De esta manera, se pueden conocer las percepciones de los ciudadanos desde dos perspectivas distintas ya que “son dos formas contrapuestas y complementarias, tal cual pensar en recordar la ciudad o en verla; ambas sufren descargas fantásticas, pero una resulta de mayor naturaleza evocativa y la otra más conceptual” (Silva, 2006, p.157)

Los usos de la ciudad se clasifican de acuerdo a “tres parámetros: rutas, visitas y entretenimientos.”(Silva, 2006:209).

La sección de proyecciones imaginarias presenta los datos en tres partes principales: los acontecimientos, las identidades y las ensoñaciones.

Los acontecimientos: agrupan las evocaciones referidas a hechos importantes de manera que “acontece algo cuando se piensa que sucedió o que ocurrió de una u otra manera” (Silva, 2006, p.171)

Las identidades tienen que ver con la “evocación hecha hacia un modo de caracterizar la urbe, sobre el supuesto de diferenciarla de otras, o bien como particularidad concreta que se asume y la define.” (Silva, 2006, p.176). En esta sección se incluyen varias respuestas de investigación tales como: “los sitios que conmemora, su escala cromática imaginada, su carácter y clima, el lugar elegido para hacer citas o sus simbolizaciones, las palabras que retorizan sus calles.” (Silva, 2006, p.171)

Para agrupar las ensoñaciones “Los ‘ejes de sentido’ de mayor utilidad son el ver y ser visto, lo público y privado y adentro y afuera, en condición de límites dentro de los cuales salta la evocación” (Silva, 2006, p.185).

Los datos se van a presentar en el siguiente orden: primero se analizan los imaginarios urbanos relacionados con el uso de la ciudad, donde los sitios de diversión ocupan el lugar principal de la investigación.

Después se analizan las proyecciones imaginarias. Primero las ensoñaciones, luego se presentan los imaginarios que tienen que ver con la identidad, y por último se presentarían los imaginarios basados en los acontecimientos, pero al estudiar la información recolectada, no se encontraron imaginarios de diversión relacionados con los acontecimientos.

Para el análisis de los resultados se hace un proceso previo de recolección de datos oficiales de cada uno de los sitios de diversión que aparecen en la encuesta, de la siguiente manera:

- Se buscan oficinas de comunicaciones o de información de los sitios mencionados.
- Cuando se tienen los contactos definidos, se organiza la recolección de datos por visita o a través de correo electrónico.

CAPÍTULO 4. MARCO DE ANÁLISIS

Para el objetivo del presente estudio, se pretende tomar como argumento, los elementos que permitan comprender con mayor claridad los imaginarios urbanos de la diversión en Pereira, más exactamente, los conceptos de ‘ocio’ y ‘placer dirigido’, sin dejar de lado categorías que ayuden a explicar el fenómeno estudiado. En este sentido, lo que se busca es reconocer algunas expresiones del ‘ocio’ y del ‘placer dirigido’ en esta ciudad, de tal manera, que el concepto de “ver, oler, oír, pasear, detenerse, recordar, representar”, se pueda evidenciar claramente en cada una de ellas.

Con base en lo anterior, dentro del presente trabajo se exponen en seguida las razones para escoger la frase anterior para analizar sitios de diversión en Pereira, a manera de descripción general de ellos, apuntando a posibles explicaciones de la formación de esos imaginarios urbanos. La frase escogida: “Ver, oler, oír, pasear, detenerse, recordar, representar”, que Silva propone como atributos a estudiar en cada ciudad, se utiliza para reconocer los usos de los lugares de diversión y para comprender las actividades de diversión que se realizan allí.

El estudio de las actividades de diversión podría empezar nombrando cosas comunes: comer, jugar, bailar, ver televisión, e infinidad de otras actividades. Pero el mencionar actividades de todo tipo, indiscriminadamente, no permite encontrar un orden para estudiar los imaginarios urbanos de diversión. Sin embargo, al desarrollar una clasificación de actividades de ocio relacionadas con los atributos de ver, oler, oír, etcétera, se logra construir una propuesta inicial de comprensión de tales imaginarios, y se establece una base para el análisis de datos del presente estudio.

Teniendo claro que estas actividades serán diversión en la medida que no implique obligación para la persona que las realiza. Por el contrario, serán expresiones de la voluntad de los individuos que libremente las realizan. Con esto se descartan actividades tales como el cumplimiento de funciones laborales, legales, éticas, o biológicas, que en sí mismas son indispensables para garantizar la supervivencia del ciudadano. Esta aclaración se hace para diferenciar algunas funciones obligatorias del ciudadano que quizá traigan consigo diversión o placer, al realizarlas, por ejemplo

comer o beber, pero como son absolutamente necesarias para vivir, no se consideran ocio o diversión en sí mismas, al menos en el primer momento.

1. Para empezar, **ver**, en contraste con “no ver”, es una actividad y a la vez una sensación que permite la comunicación con el mundo, donde la información visual se procesa y da como resultado una respuesta determinada. El consumo de recursos biológicos, por decirlo así, cuando la persona ‘ve’, por experiencia empírica, parece mínimo comparado con otras actividades que cargan el cuerpo con procesos biológicos, por ejemplo, el consumo de comidas o bebidas, los cuales requieren procesos internos que agotan la capacidad disponible de procesamiento más allá de una cantidad predeterminada. Mientras que los ojos pueden estar mirando todo el tiempo sin experimentar cansancio, a menos que se les obligue a permanecer activos en procesos de observación fatigantes o en condiciones estresantes.

Con respecto a la actividad ‘oír’, que en conjunto con ‘ver’ se caracterizan por no producir hastío o desinterés en la persona, tal como lo afirma un libro de la Biblia donde el llamado predicador dice “nunca se sacia el ojo de ver, ni el oído de oír (Eclesiastés 1:8), permite deducir, que si existen actividades que produzcan placer o diversión infinitos estas serán: ver y oír todo lo que se escoge ver y oír dentro de la experiencia humana. Por otra parte, ver y oír están conectados de una manera especial que empíricamente conocemos por los medios tecnológicos que están a nuestro alcance, donde imagen y sonido forman un conjunto que provee una experiencia estética única. Los investigadores han encontrado la relación entre estos dos sentidos así: una de las primeras y más contundentes demostraciones de como nuestros sentidos de la vista y el oído están interconectados provienen de un estudio de los años 1970, que reportó la existencia del efecto McGurk, donde se demuestra en una serie de experimentos usando películas dobladas de un idioma a otro, que cuando lo que la persona ve, no corresponde con lo que oye, el cerebro hace los ajustes necesarios para que los dos coincidan. (Viskontas, 2017, p.96)

Indre Viskontas (2017) clasifica la vista y el oído dentro de la categoría de sentidos de alcance lejano, en comparación con el olfato, el gusto o el tacto, que son de alcance cercano; los primeros son útiles en el proceso de escoger que hacer o cómo comportarse, ya que dan información acerca de cosas que están más lejos, de tal

manera que dan más tiempo para analizar los datos y llenar detalles tales como profundidad, color, luminosidad y textura. (p.92) Esto permite disfrutar de experiencias sensoriales, si se quiere más completas, porque la vista y el oído captan no solo detalles lejanos sino también detalles cercanos cuando nos acercamos a la fuente del placer sensorial que queremos apreciar.

Como indican las investigaciones “nuestro sistema visual es realmente asombroso. Para cumplir las grandes proezas visuales, una gran parte de nuestra corteza (cerebral) está dedicada al procesamiento de la información visual- más que cualquier otro sentido.” (Viskontas, 2017, p.67). En consecuencia, la experiencia de ver el mundo tiene una importancia absoluta en la generación de actividades divertidas que están disponibles en la ciudad.

Como es evidente, ‘ver’ es una experiencia libre que produce placer, desde la observación de grafitis, todo tipo de arte y espectáculos visuales, incluyendo las imágenes de los medios de comunicación, hasta los elementos del paisaje natural y del paisaje creado por el hombre. Sin embargo, ver “está reglamentado socialmente” para que los ciudadanos tengan la oportunidad de saciar sus deseos de ver todo lo que quieran en espectáculos organizados, en escenarios de actuación pública donde se convocan los espectadores, como en canchas deportivas, o en espacios libres, como la ciclo vía, donde las personas se detienen a mirar los pasantes que salen a practicar deportes.

‘Ver’, sinónimo de ‘mirar’, es una acción compleja que realiza el ser humano, pues la interacción entre el ojo y lo observado, puede estar o de hecho está afectado por la psicología propia de cada individuo. Con respecto a este hecho, Silva trae un fragmento del trabajo del “filólogo colombiano, Restrepo-Millán” (Silva, 2006, p.109), quien describe las relaciones etimológicas de palabras tales como: fantasma, fantasía, fenómeno, que provienen del “verbo griego phaino, mostrar, mostrarse, ver” (Silva, 2006, p.109). Estos términos nos conectan con experiencias visuales que pueden ser impactantes, tales como los fantasmas o las fantasías, pero otras son más rutinarias tales como mostrarse, o ver. Todo lo anterior, permite comprender más profundamente, la acción de ‘ver’ o ‘mirar’, como posibilidad de generación de imaginarios urbanos, donde ver o mirar puede crear una marca psíquica en determinados grupos sociales.

También, podemos deducir que ‘ver’ o ‘mirar’ la ciudad, no se reduce a un asunto de la física de la luz, sino que está influenciado por aspectos de la imaginación de las personas, que modifican la mirada que tienen sobre ella. Finalmente, una palabra que contiene una definición reveladora es “espectador: que mira, ve u observa. Del latín *spectator*, mirar con mucha atención, "como si se le salieran los ojos mirando" (Silva, 2006, p.110)

Ahora bien, la relación entre ‘ver’ y ‘ser visto’ surge del hecho natural de la interacción entre individuos que comparten un espacio determinado, y si se da en espacios de diversión, estos brindan la oportunidad de darse “un agradecido baño de ojos”, (Silva, 2006, p.135), metáfora que se refiere a una de las principales actividades de los visitantes que van a las playas en sensuales trajes de baño. De este modo, los ciudadanos pueden buscar esos lugares dispuestos para que los que buscan diversión viendo o siendo vistos por otros, tengan la oportunidad de mirar con toda tranquilidad en escenarios donde las prácticas deportivas, recreativas, o artísticas, son amigables con los espectadores, y no mirar en escenarios no dispuestos para esta forma de diversión.

2. ‘Oler’ es una experiencia sensitiva que produce placer pero que cuando nos habituamos a la fuente de placer olfativo, se pierde la sensación agradable. Esto también sucede con los malos olores que se perciben si dejamos de estar en contacto con la fuente del olor por un tiempo determinado, pero si permanecemos en contacto con dicha fuente olorosa, perdemos la sensación del mal olor.

El olfato tiene una relación estrecha y vital con el sentido del gusto, ya que trabajan juntos para producir las sensaciones agradables que se generan al consumir alimentos, de tal manera que las percepciones del olfato afectan de forma severa, el sabor de los alimentos. “Por ejemplo, la vainilla en los alimentos tiene que ver con el aroma, porque se puede hacer que un alimento tenga sabor más dulce, agregando olor de caramelo o de vainilla.” (Viskontas, 2017, p.95). Así que los sentidos del olfato y del gusto funcionan en conjunto y conforman una experiencia particular al consumir alimentos.

“Solo el sentido del olfato tiene una ruta directa al lóbulo medio temporal, la parte del cerebro que forma los nuevos recuerdos de largo plazo. Esa es la razón por la cual los olores son particularmente efectivos en ayudar a recordar el pasado.” (Viskontas, 2017,

p.49). Siguiendo este punto, los ciudadanos construyen imaginarios de la ciudad donde los olores son protagonistas de primer orden, quedando en la mente por mucho tiempo, y marcando lugares en la ciudad donde huele bien o huele mal.

3. ‘Oír’ es otra de las actividades placenteras para el ser humano, que en la ciudad se multiplica hasta llegar a un número de opciones infinitas de sonidos, entre los cuales el ciudadano puede escoger aquellos que le resultan agradables. Los sonidos de la naturaleza se reproducen en formatos digitales, la música se puede escuchar en vivo en diversos escenarios, y la oferta de grabaciones musicales es gigantesca frente a la oferta de la música en vivo.

Sin embargo, el ruido como experiencia auditiva sobrecargada es una realidad en la ciudad, donde los ruidos del tráfico, de las gentes que vienen y van en constante conversación que se van sumando unas con otras, junto con los ruidos de los aparatos de producción industrial, los sonidos amplificados por sistemas de audio, que en muchos casos, producen al final una mezcla de ruidos de alta intensidad. Un sector de la población condiciona al oído para funcionar con una carga determinada de ruido que produce una especie de adicción. Silva lo expresa claramente al reproducir un texto de psicología ecológica, donde en un estudio sobre Bogotá se dice que “los bogotanos...están tan acostumbrados al ruido ensordecedor de la ciudad que ya no resisten el silencio.” (Silva, 2006, p.207). En consecuencia, el ciudadano tiene la necesidad de tener una amplia oferta de sonidos que le cambien la rutina diaria de ruidos inevitables, por otros de su elección en el ambiente que escoja.

Algunos imaginarios que se están construyendo entre los jóvenes de hoy tienen relación con escuchar música mientras se realizan tareas diversas. Al respecto Viskontas (2017) señala que:

Si usted está escuchando música mientras estudia, su cerebro crea asociaciones entre la música y lo que se está trabajando. Cuando es el momento de recuperar la información que está aprendiendo, de manera que, sin la música, podría ser más difícil para que el cerebro empiece a recordar. Pero reproduzca la música de nuevo, y puede comprobar que desencadena la memoria – que probablemente no es lo que se pretendía al principio. (p.155).

Así pues, el trabajo y el estudio se entremezclan con la diversión, afectando los comportamientos de los individuos y planteando nuevos retos para la administración de estos entornos urbanos.

‘Pasear, detenerse, recordar’ son actividades asociadas con el ocio donde se retoma la concepción más antigua del término, es decir, “la contemplación, la meditación y la reflexión”, según el término griego *skholé*, y el término romano *otium* “utilizado para designar las diversiones y los espectáculos organizados para el público masivo” (Elizalde & Gomes, 2012, p.7).

Según la historia de la ética, cuando nos dedicamos a las actividades del hombre bueno, es decir, a las actividades virtuosas de la razón o la lógica, como resultado de dichas actividades se origina la teoría, a partir de la especulación:

Esa especulación puede ser una forma de actividad continua y placentera, y en el lenguaje directo de Aristóteles es "la más placentera". Es una ocupación que se basta a sí misma y no tiene consecuencias prácticas, de modo que no puede ser un medio para otra cosa. Es una actividad para los momentos de ocio y de paz, y en los momentos de ocio hacemos las cosas en virtud de sí mismas, porque los negocios tienen por finalidad el ocio. (Macintyre, 1991, p.87)

Así pues, se reconoce el ocio como una actividad ciudadana con un significado más profundo que la simple inactividad laboral, que permite liberar esta palabra de los sentidos negativos que se le han asignado en nuestra cultura, en primer lugar, desde la influencia de las religiones Católica y Protestante; y, en segundo lugar, por la “lógica productivista”, que concibe el tiempo libre como una pérdida de productividad que no es permisible en dicho sistema.

“La mayoría de los humanos se las arreglan para desperdiciar su tiempo libre, dado que el tiempo libre los vuelve disfuncionales, perezosos y desmotivados - entre más ocupados estén, más activos están en otras tareas.” (Taleb, 2012, p.57). Es por razones como esta que se quiere mantener a las personas dentro de cierta dinámica de trabajo duro, donde solo se dan tiempos cortos para descansar, porque si tienen mucho tiempo libre, posiblemente van a malgastarlo en ocupaciones que no aportan o afectan los propósitos importantes de los individuos.

4. 'Pasear' sin distinguos de ninguna clase, puede ser una de las actividades que producen placer durante todas las épocas de la vida de una persona, pues aún en las edades más avanzadas, las personas disfrutan ir de un lugar a otro, ya sea por sus propios medios o con la ayuda de personas o medios de locomoción mecánicos. Pasear para que sea diversión, debe ser una actividad que se pueda dar por sí misma, sin que medie un desplazamiento utilitario, donde se persigan objetivos surgidos de la necesidad de cumplir con obligaciones ciudadanas, por ejemplo, pagar facturas o cumplir citas en oficinas o realizar trámites de documentos. Aunque también puede darse el caso que alguien llegue a cumplir un compromiso cualquiera, y después de agotado ese trabajo, tenga la oportunidad de desplazarse de nuevo a donde estaba en una disposición diferente, con otra velocidad, con otras pausas en el camino, y al final, sumar experiencias distintas al compromiso inicial que conviertan el viaje en un verdadero paseo.

5. 'Detenerse', sin lugar a dudas, es un comportamiento que asumen las personas cuando encuentran un lugar donde se sienten acogidos por el ambiente, o por las demás personas que lo habitan. Por esa razón, cuando alguien quiere permanecer en un lugar, es porque allí existen motivos suficientes para no apartarse de la fuente de satisfacción de alguna necesidad o deseo. El descanso es una buena razón para detenerse en algún lugar, mientras recorren un centro comercial o las calles de la ciudad.

6. 'Recordar' como actividad que produce placer, requiere la existencia de experiencias agradables del pasado, que merecen ser traídas al presente para reproducir en parte el placer que se experimentó en esa ocasión. Para que esto suceda, es necesario tener una sensación de comodidad, de distensión en el ambiente, de familiaridad de los acompañantes, para que el ejercicio de recordar se produzca de manera natural, y la conversación se desarrolle y cautive las personas involucradas.

El centro de las experiencias está en la mente y específicamente en el cerebro donde ella está contenida. Viskontas (2017) con respecto a una parte del cerebro muy importante para la memoria y la imaginación expresa una metáfora: "El hipocampo es nuestra ventana al pasado y al futuro; lo necesitamos para viajar de vuelta en el tiempo

en nuestra memoria y proyectarnos hacia adelante en el tiempo en nuestra imaginación.” (p.101)

En otro aparte, Viskontas expresa que nuestros cerebros son metabólicamente costosos y más aún cuando usar la memoria es una actividad reconstructiva, porque el proceso de recordar es más complejo que simplemente sacar un archivo ubicado en algún lugar del cerebro, como se ha pensado popularmente. Por el contrario, “cada vez que recordamos un evento, tenemos que construir el recuerdo desde cero, y cada ocasión que se evoca el recuerdo, se modifica la manera en que ese recuerdo se va a recuperar en el futuro.” (Viskontas, 2017, p.52). Por esta razón, se infiere que para construir los recuerdos emocionales que producen placer, se deben presentar unas condiciones o un contexto apropiado para que este proceso se produzca. Pero si el ambiente es de agitación, alboroto, tensión, el proceso de construcción de los recuerdos tendrá perturbación, y no será posible generar placer en esa actividad.

7. ‘Representar’, según la RAE, tiene varios significados que merecen atención: 1. Hacer presente algo con palabras o figuras que la imaginación retiene. 2. Sustituir a alguien o hacer sus veces, desempeñar su función o la de una entidad, empresa, etc. 3. Ser imagen o símbolo de algo, o imitarlo perfectamente.

Partiendo del concepto de que diversión implica todo lo que se puede hacer aparte del trabajo obligatorio, y ‘representar’ en el contexto de la diversión significa que el ciudadano puede usar su tiempo libre para materializar los contenidos de su imaginación en todo tipo de representaciones, que se hacen visibles para él y para los demás. Entonces, se tiene que la diversión basada en ‘representar’ consiste en permitir que los productos de la mente salgan libremente, los cuales no pueden salir en el entorno laboral o productivo, porque las funciones del trabajo condicionan la producción a lo utilitario, a lo esencial para obtener rendimientos económicos. Sin embargo, en el tiempo de ocio, es posible crear y recrear físicamente lo imaginado, verse y hacerse ver como uno se sueña a sí mismo, ser por un instante la imagen de los personajes admirados que rondan por la mente, solamente con la intención de divertirse y pasar un buen rato.

De la manera que los niños cuando juegan escogen los papeles que quieren jugar, los ciudadanos toman los roles que construyen en su imaginación y los desempeñan en sus ratos de ocio. Las imágenes interiores de realidad se crean por influencia del entorno o por procesos propios de la mente, que permiten asumir identidades deseadas en entornos familiares, con riesgos controlados. Como dice Salazar (2003) acerca de Monsiváis, “uno vive en las representaciones que se hace de la realidad” (p.136). En tales representaciones, el ciudadano tiene numerosas opciones de acercarse a los personajes que impactan su vida, ya sea para imitarlos, para burlarse de ellos, para admirar sus cualidades, para ponerlos como modelos de lo bueno o de lo malo.

La búsqueda del placer, “una tendencia natural del hombre” (Silva, 2006, p.95) es una fuerza operante desde el interior, que se manifiesta en actividades que el ciudadano es libre de realizar, revelan la identidad personal más profunda del actuante, y constituyen la representación de los imaginarios. Algunos encuentran placer en representar deportistas, otros sueñan despiertos con la posibilidad de ser artistas; unos serán fieles asistentes de espectáculos diversos; unos cuantos prefieren ir tras imágenes de perfección personal usando el tiempo libre para mejorar sus propias vidas desde adentro; otros estarán felices en reuniones sociales o familiares, siendo líderes o seguidores de la dinámica social; también hay personas que representan los sensuales que buscan el disfrute total de los sentidos, y otros se dedican solamente a contemplar de forma pasiva como pasa el tiempo.

Ya se dijo antes que ‘Representar’ como actividad de diversión tiene que ver con crear y recrear físicamente lo imaginado. Generalmente, está asociada con actuaciones sociales cargadas de simbolismos, donde se usa la ciudad para entretenerse y producir placer, generalmente, a partir de tecnologías que crean nuevas experiencias y enriquecen la vida social de los individuos. Esto permite representar el estilo de vida del ciudadano que encuentra variedad de opciones para satisfacer necesidades y deseos en formatos divertidos y placenteros. Para explicar con detalles el concepto, se propone analizar varios ejemplos. El caso más común es el de la persona que teniendo alimentos para preparar en su casa, prefiere salir a comer en algún lugar de la ciudad, en un restaurante o en el lugar de comidas de un centro comercial. Allí, encuentra

múltiples ofertas de comidas y bebidas de donde escoger, y recibe los beneficios de ser atendido en un ambiente dispuesto para realzar la experiencia gastronómica. De esta manera se representan algunas características de la sociedad de consumo mencionada antes, la cual involucra, entre otras, las tecnologías dentro de sus procesos productivos de alimentos y dentro de la prestación de sus servicios gastronómicos.

Usar un balcón de un centro comercial para disfrutar de la vista de la ciudad es una actividad que hace parte del disfrute de 'ver' la ciudad, que se comentó antes. El observador en su interior experimenta la diversión del acto de ver, en un escenario donde solo hace uso de sus ojos para observar el panorama. Sin embargo, si la persona utiliza lentes binoculares o un telescopio para ver la ciudad desde el mismo balcón, la experiencia será totalmente diferente, pues queda mediada por el elemento tecnológico que revela detalles no disponibles a simple vista, aumentando el placer de la actividad de observación. En este caso, el observador tiene la opción de representar el papel de turista en búsqueda de imágenes novedosas, o simplemente de un intruso visual. Así que la persona que usa los binóculos o el telescopio para observar, ya no será el observador común que solo disfruta 'ver' la ciudad desprevenidamente, de forma natural, pues el mediador tecnológico le modifica su rol inicial. Los lentes para corregir problemas visuales no tendrán la misma carga simbólica anterior, porque solo sirven para compensar lo que le falta al sentido de la vista del observador.

Otro ejemplo, de 'Representar' se da en ocasiones cuando una persona llega a una población pequeña o apartada de los grandes centros urbanos, y después de ver los alrededores del lugar de reunión principal, ya sea el parque o la plaza, dice "aquí no hay nada", refiriéndose a la ausencia de todo aquello que representa la cultura urbana a la que está acostumbrado usar. Sin embargo, en aquel lugar existen elementos que permiten la vida social, servicios públicos, viviendas, comercio y otros. Pero no se encuentran los lugares de diversión o entretenimiento con las tecnologías o técnicas de representación colectiva de la vida urbana actual, donde la variedad de opciones para escoger es una característica fundamental, que allí no se encuentra.

'Representar' incluye muchas actividades de diversión asociadas con diferentes aspectos de la vida: aquellas relacionadas el uso de recursos culturales y las

relacionadas con las “comunidades interpretativas de consumidores.” (Canclini, 1995, p.196)

En primer lugar, se tienen actividades relacionadas con los recursos culturales: 1. El baile es una actividad placentera que caracteriza “nuestros países, donde la salsa, la lambada o la cumbia evolucionaron de danzas folclóricas a modernas y bailables que usan y disfrutan los mismos habitantes, como se disfruta la comida hecha en casa.” (Silva, 2006, p.121) Para participar de la fiesta o rumba urbana, es necesario saber bailar, o por lo menos, tener la actitud relajada y alegre para atreverse a llevar el ritmo de la música latina que se escucha en las discotecas de la ciudad.

2. Con respecto al teatro Silva (2006) dice:

En sus múltiples variedades no ha ‘surgido como imitación de la conformación compleja del drama social, sino como imitación específica del proceso ritual’. Así se explican las relaciones dadas por Turner entre ritual y juego, y entre juego y teatro. El ritual de esta manera planteará un guion e indicará a cada personaje social el rol que interpreta o que debe interpretar”. (p.328).

La explicación anterior deja ver como se produce un guion teatral a partir de la identificación de los rituales sociales, y en consecuencia simplifica la comprensión y el acceso de los ciudadanos al teatro como expresión cultural. Siguiendo el estudio de la otra parte del argumento, se puede decir que el juego es una característica fundamental del teatro, que garantiza la diversión en cada función teatral, porque allí, de forma juguetona, se despliegan ante los ciudadanos sus propios ritos para mostrar actos sociales por medio de obras representativas que producen placer estético. 3. La apreciación de museos, obras artísticas y artesanales con fines no utilitarios sino de formación de la identidad cultural de los ciudadanos, que se ofrecen en la ciudad por parte de instituciones oficiales o privadas para la preservación de la herencia cultural.

En segundo lugar, vale la pena considerar lo que dice Canclini (1995) acerca de las sociedades civiles que, en vez de unirse por características territoriales, lingüísticas y políticas “se manifiestan más bien cómo comunidades interpretativas de consumidores, es decir, conjuntos de personas que comparten gustos y pactos de lectura respecto de ciertos bienes (gastronómicos, deportivos, musicales) que les dan identidades compartidas.” (p.196). De igual manera, los ciudadanos se identifican como

consumidores de otros bienes y servicios, aparte de la gastronomía, los deportes y la música, pues el consumo de bienes y servicios se extiende a muchos otros aspectos de la vida ciudadana. Porque al parecer, los cambios de la vida urbana han ido modelando los ciudadanos de afuera hacia adentro haciendo que las identidades vayan pasando de asuntos profundos del alma, a asuntos externos, tal como lo expresa Canclini (1995): “Nos vamos alejando de la época en que las identidades se definían por esencias ahistóricas: ahora se configuran más bien en el consumo, dependen de lo que uno posee o es capaz de llegar a apropiarse.”(p.14). Las esencias ahistóricas se refieren a los denominados ‘valores’ que se crean desde la familia, pasan por la educación, se establecen en el mundo laboral y productivo, para producir comportamientos ciudadanos que afectan las relaciones sociales.

Canclini (1995) al decir que “la identidad aparece, en la actual concepción de las ciencias sociales, no como una esencia intemporal sino como una construcción imaginaria” (p.95), establece que la estética ha tomado el lugar de moldear la identidad urbana, pues se sabe que la construcción de imaginarios urbanos, se realiza con base en construcciones estéticas de lo urbano. Así que, la estética del consumo ocupa un lugar de primer orden en la construcción de imaginarios de diversión y el rango de actividades susceptibles de ser consideradas consumo urbano, es tan amplio como las posibilidades de convertir las actividades de diversión en mercancías de uso, por medio de transacciones comerciales.

1. Comer, en su forma básica y pura, es vital para la existencia humana, pero puede ser una actividad de representación cuando el propósito de la comida está asociado a símbolos sociales o familiares, especialmente al salir a comer fuera de casa. Al participar de una experiencia gastronómica en la búsqueda de placer o diversión, concurren símbolos de estatus social, riqueza o simplemente moda. 2. Usar prendas de vestir tiene que ver con la moda tanto como con la función de proteger el cuerpo de las condiciones del clima. Los desfiles de moda como espectáculo urbano vienen en aumento en la ciudad, cumpliendo funciones de representación de lo que socialmente se vuelve deseable para el vestuario del ciudadano. El desfile de modas es la máxima expresión de la vitrina, que “por principio psicológico, nos muestra más de lo que puede darnos, es decir, vemos más de lo que podemos obtener” (Silva, 2006, p.71).

Por otra parte, las actividades de diversión relacionadas con el uso de lugares de moda de la ciudad parecen reforzar la identidad social y personal, donde el lugar de moda “se hace centro de ciertas representaciones y la ciudad lo va asimilando como uno de sus “lugares”: ya no sólo se usa, sino que sirve como espacio identificador y como lugar de expresión urbana” (Silva, 2006, p.26). Entre estas actividades se pueden mencionar: 3. Asistir a bares y discotecas para consumir licor y desarrollar la vida social en compañía de otros, donde los usuarios de la ciudad nocturna, que salen de sus casas a aprovecharla por completo, representan los consumidores que usan todas las horas disponibles de su tiempo para extender el disfrute de ella. 4. El uso de los servicios de gimnasios y escenarios deportivos, representa el medio que necesita el ciudadano para realizar actividades físicas, ya que en su rutina laboral no puede mantener rutinas saludables que prolonguen su bienestar físico y mental. Cada vez más:

El cuerpo merece atención y es quizá la industria más exitosa; después de la electrónica, es la que vende ejercicios integrales para todo el cuerpo, cada una de sus partes, para cada edad y momento en la vida, pues el negocio, como el cuerpo de la ciudad, se presenta en magistral fragmentación. (Silva, 2006. p.291).

La variedad de actividades deportivas y recreativas que se ofrecen, tienen como objetivo que el ciudadano se divierta y disfrute del ejercicio físico en un escenario social donde encuentra estímulos para mantener sus rutinas de actividad física. 5. Las redes sociales hacen parte de nuevas opciones tecnológicas para la diversión, que se basan en interacciones virtuales con características de omnipresencia que evidencian el urbanismo sin ciudad, y, en consecuencia, reducen el uso de los espacios de la ciudad. El concepto de urbanismo sin ciudad lo ha expresado Silva en intervenciones académicas sobre imaginarios urbanos, para explicar la urbanización del mundo a través de la tecnología. Más aun, la producción de contenidos en multimedia, que siguen las personas a través de dispositivos conectados a Internet, difunden la cultura con la participación de literalmente todos los sectores sociales, brindando una mezcla de opciones para la diversión, la reflexión, la participación política y social. 6. Juegos de azar, casinos que aprovechan las ilusiones del ciudadano de conseguir ganancias

económicas fáciles por medio del juego, sabiendo de antemano que dichos lugares trabajan con base en mecanismos que al final de cada jornada de apuestas, les garantizan a sus dueños, ganancias a costa de sus clientes. Sin embargo, la diversión asociada a la posibilidad de ganar una que otra apuesta los mantiene jugando y esperando que el azar los favorezca.

7. Simulaciones soportadas por dispositivos electrónicos que han surgido en forma de juegos, donde la persona participa en una experiencia que requiere el uso de sus habilidades perceptivas y cognitivas para interactuar en escenarios simulados electrónicamente, en el espacio que ocupan una silla y un dispositivo colocado en un escritorio pequeño. La simulación es una categoría derivada de la representación, como concepto de recreación de la realidad que se aparta de lo analógico, porque se construye gracias a las características de manipulación de la realidad a través de dispositivos electrónicos.

8. Actividades y deportes extremos que incluyen parapente, canopy, rappel, escalada en roca, parkour y otros similares, donde la adrenalina, sinónimo de sensaciones fuertes, son el atractivo de estas formas de diversión urbana. Los estilos de vida actuales han llevado a la búsqueda de más resultados, en menos tiempo, lo que se puede relacionar con la multitarea (hacer varias cosas al mismo tiempo). Según la neurociencia “las personas que reportan multitareas frecuentemente y que piensan que son adeptas a eso, son más propensas a ser impulsivas y a ser calificadas como buscadoras de sensaciones: Personas que toman más riesgos para conseguir experiencias novedosas e intensas”. (Viskontas, 2017, p.153-154). Con lo que la diversión extrema es una opción adicional que representa los anhelos del ciudadano moderno, para quien el objetivo es disfrutar al máximo los escenarios urbanos.

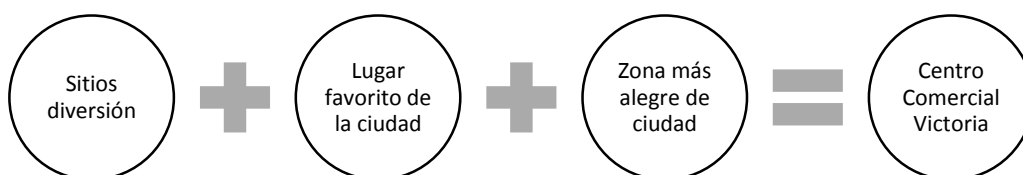
CAPÍTULO 5. RESULTADOS

5.1 Relaciones entre imaginarios

Las relaciones que se establecieron entre las palabras encontradas en las respuestas dieron como resultado las gráficas que se analizan a continuación:



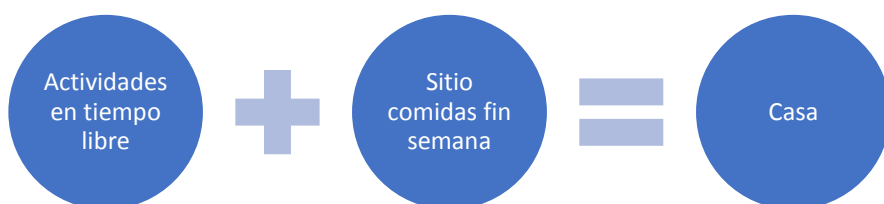
La Avenida Circunvalar es la zona más cargada de imaginarios de diversión mencionada en cuatro categorías distintas, que la ubican en el primer lugar donde se busca diversión urbana en Pereira. En el imaginario se considera uno de los sitios de diversión, además es uno de los lugares favoritos donde se encuentran los jóvenes a interactuar socialmente en una de las zonas más alegres de la ciudad.



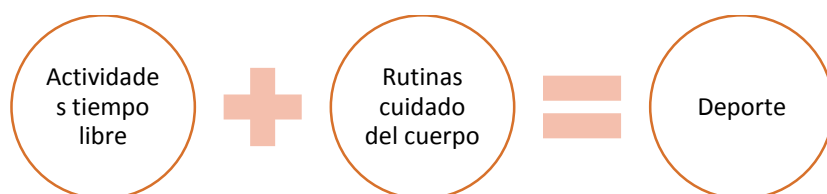
El Centro Comercial Victoria es otro sitio cargado de imaginarios urbanos al ser señalado como sitio de diversión, y estar entre los lugares favoritos gracias a que es una de las zonas más alegres de la ciudad de Pereira.



Consotá es referente de diversión y uno de los lugares favoritos de Pereira. Aunque está alejado del centro de la ciudad está considerado diversión según el imaginario urbano.



El hogar o la casa familiar está considerado entre los favoritos para realizar actividades en tiempos de ocio y para comer los fines de semana.



La actividad deportiva es sinónimo de ocio y de rutinas para cuidado del cuerpo.



La Universidad Tecnológica de Pereira aparece entre los lugares favoritos de la ciudad y se considera zona de jóvenes de la ciudad.

5.2 Frecuencias de uso de la ciudad

Según la frecuencia de uso de actividades recreativas se elaboró una tabla que resume los resultados que se describen enseguida:

Las dos actividades de diversión más practicadas en Pereira son las caminatas o paseos y el cine. Luego se tiene el uso de centros comerciales donde los ciudadanos encuentran variedad de opciones para divertirse.

Otras actividades que disfrutan los pereiranos son las salidas a restaurantes, los conciertos y las lecturas. Este último resultado llama la atención y a través de microprocesos imaginarios podría comprenderse mejor las actividades de lectura que aparecen mencionadas en la encuesta.

La televisión muestra una frecuencia de uso media entre todas las actividades encontradas en la tabla, esto significa que cuando de diversión se trata, un número grande de televisores se encuentran apagados o no se les presta atención, porque los ciudadanos prefieren hacer otras actividades diferentes a ver televisión.

Con una frecuencia menor a la televisión, viene el uso de espacios deportivos para la práctica actividades físicas recreativas o para el cuidado del cuerpo. Después está la

recreación con video juegos que tiene un uso menor que los escenarios deportivos. Más atrás está el uso de la radio, que sigue teniendo vigencia a pesar de toda la multimedia que invade la vida diaria de los ciudadanos.

Los espectáculos deportivos tienen menor uso que la radio, pero están por delante del teatro y de los museos que ocupan el último lugar en el cuadro de actividades de diversión de Pereira según la encuesta.

5.3 Descripción de sitios y actividades de diversión

La realidad empírica, determinada por el método científico mediante la comprobación de hipótesis, no corresponde necesariamente con la realidad percibida por las comunidades que habitan un territorio. De tal manera, que se pueden presentar tres casos distintos a saber: (1) la realidad establecida por los datos empíricos puede coincidir con los imaginarios, es decir, la información objetiva recolectada por métodos válidos está de acuerdo con la percepción colectiva de la realidad; (2) o no coincidir porque la realidad empírica es mayor a los imaginarios, en este caso la información objetiva es mayor comparada con la percepción colectiva (3) o el caso contrario, donde los imaginarios son mayores a la realidad empírica, aquí, la percepción colectiva de la realidad es mayor al compararla con la información objetiva.

Para comprender mejor los tres casos mencionados respecto a la comprobación empírica de los imaginarios, se presentan a continuación ejemplos de cada uno de ellos, descritos por Armando Silva en diferentes tiempos y en distintas intervenciones académicas.

1. Para describir el caso donde los datos empíricos coinciden con la realidad se trae a la memoria la investigación sobre imaginarios en Bogotá. En ese tiempo cuando se conocieron los imaginarios sobre seguridad en la ciudad, aparecieron varios sitios claves, calificados como lugares peligrosos. La administración de Bogotá del momento, partiendo de esa información recolectó datos objetivos en inspecciones de policía y se pudo comprobar que efectivamente, en tales sitios

ocurrían la mayoría de los delitos. Es decir, los datos empíricos sobre sitios peligrosos de la ciudad coincidían con los imaginarios sobre dichos sitios. (Silva, CIESPAL, 2016)

2. El segundo caso donde la realidad es mayor que el imaginario, se ilustra al hablar de los centros históricos de las ciudades de Latinoamérica, los cuales se desocupan en las noches, a diferencia de lo que ocurre en Europa. Por ejemplo, en Quito de día puede haber de 100.000 a 150.000 personas y de noche llega solo a 30.000, 40.000 o 50.000 personas. En Bogotá sucede algo parecido, de día puede haber 500.000 y de noche 100.000 o 150.000. En Ciudad de México, de día puede haber 5.000.000 de día y de noche 1.000.000. Esto sucede porque la gente tiene miedo de usar la ciudad en horas de la noche. (Silva, CIESPAL, 2016)
3. Para ilustrar el tercer caso, cuando el imaginario es mayor a la realidad, Silva (2016) en una conferencia en un evento de Ciespal, menciona la historia de una calle en una ciudad de México la cual en un principio no fue trazada correctamente, es decir, las obras de ingeniería quedaron con fallas, y en consecuencia, en el ambiente se percibían olores nauseabundos provenientes del alcantarillado. Después de un tiempo, el problema de la calle se solucionó por medio de obras de canalización, y ya no se propagan malos olores en esa calle. Sin embargo, muchas personas siguen sintiendo los olores y se cubren la nariz cuando pasan por ese lugar. No todas las personas que pasan por allí sienten el olor, sino que las personas que tuvieron la experiencia con el olor que salía de allí antes de la canalización, o aquellos a quienes le contaron sobre él, son los que siguen percibiendo el mal olor. Inclusive cuando pasan se tapan la nariz porque siguen sintiendo el olor, esto se denomina el olor imaginado. (Silva, CIESPAL, 2016)

En el presente estudio, el tema que se desea explorar está relacionado con la diversión de los habitantes de Pereira, para lo cual se tomaron varias preguntas que se describen en seguida. De ahí que el estudio se centra en entender algunos imaginarios urbanos, frente a la realidad de tales sitios de diversión como son percibidos por los ciudadanos de Pereira. Por esta razón, y en primera medida, se describen a

continuación los sitios mencionados por la población a través de los instrumentos, como aquellos donde los pereiranos relacionan el ocio, la recreación y la diversión:

5.3.1 Imaginarios sobre Usos de la Ciudad de Pereira

Sitios de ocio, recreación y diversión en Pereira.

SITIOS DE DIVERSIÓN EN PEREIRA
Parque Comfamiliar Consotá
Parque Ukumarí
Centro Comercial Victoria
Centro Comercial la 14
Parque Metropolitano del Café
Avenida Circunvalar
Bares
Villa Olímpica
Centro Comercial Arboleda

Tabla 5 Sitios de diversión en Pereira

La primera pregunta a analizar se refiere a los sitios de diversión de la ciudad, según las respuestas recolectadas en la encuesta del Macroproyecto Pereira Imaginada.

Análisis de la información.

Los resultados obtenidos en la encuesta se analizan aplicando el marco de análisis elaborado para este propósito, que permite describir las actividades de diversión que practican los ciudadanos de Pereira.

Sitios de diversión

La primera pregunta se refiere a los croquis urbanos que representan los “límites evocativos o metafóricos” (Silva, 2006, p.66) de un territorio donde se comparten “sentimientos colectivos o de profunda subjetividad social.” (Silva, 2006, p.66). Los

croquis pueden coincidir o no, con los mapas oficiales del territorio, o con los sitios que se promueven desde la agenda oficial de las instituciones territoriales. Pues ellos se construyen desde las sensaciones de los ciudadanos, y en ese sentido dependen de las interacciones sociales, más que de los mapas oficiales.

Los croquis a estudiar con la pregunta que se presenta a continuación, son aquellos donde los ciudadanos encuentran diversión, recreación o espacios para disfrutar del ocio. Cada urbanita puede nombrar cuatro sitios que representan la diversión para esa persona. Las respuestas a este interrogante constituyen el eje de información alrededor del cual se agregan otras respuestas que permiten conocer los imaginarios urbanos de diversión en Pereira.

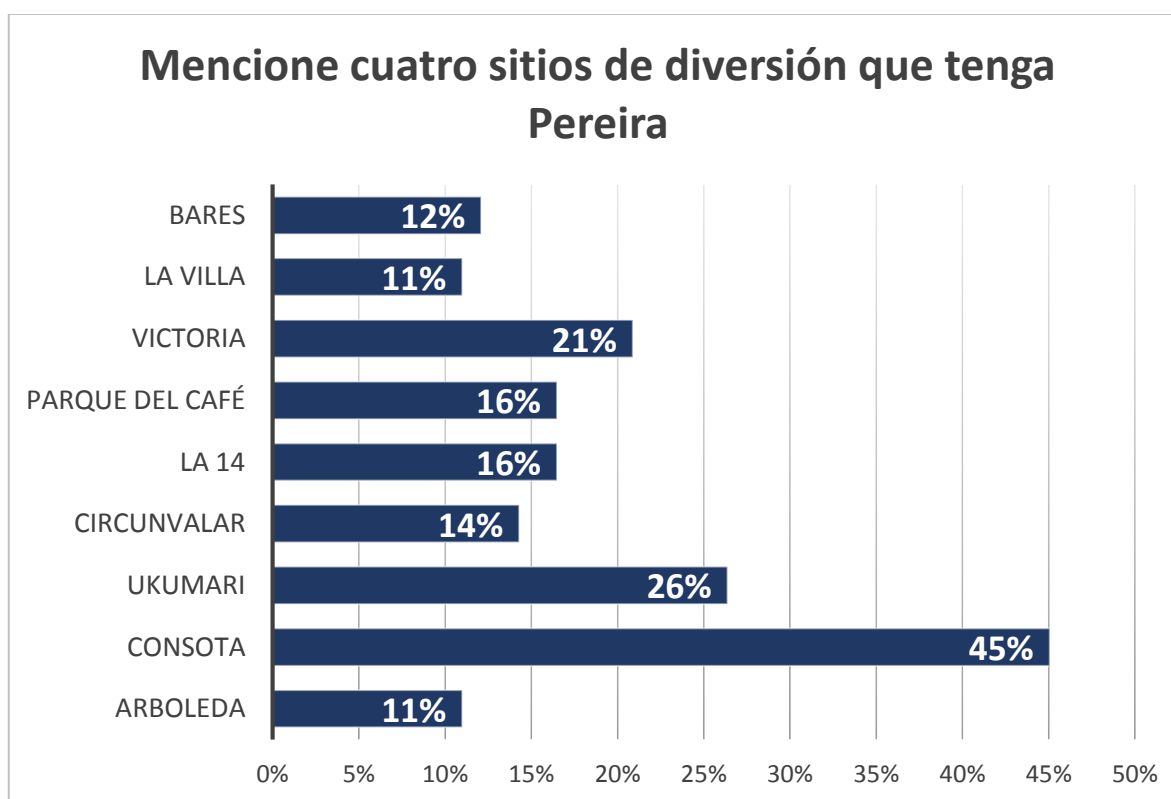


Gráfico 1 Sitios de diversión

Fuente: Elaboración propia

1. Sitios de diversión favoritos.

A la pregunta sobre los sitios de diversión en la ciudad de Pereira, las respuestas le dan al parque Comfamiliar Consotá, la mayor votación con el 45% de los encuestados,

y al parque Ukumarí el segundo lugar con el 26%, el centro comercial Victoria, obtiene el tercer lugar con el 22%, luego el centro comercial la 14 con el 16%, el parque metropolitano del café también con el 16%, la avenida Circunvalar con el 14%, los bares con el 12%, la Villa Olímpica y el centro Comercial Arboleda con 11%, muestran los sitios que configuran los imaginarios de diversión en esta ciudad.

En los primeros lugares aparecen dos parques, el parque Consotá y el parque Ukumarí, como los sitios favoritos de los encuestados, datos que muestran una preferencia por los sitios diurnos, abiertos, donde las actividades de recreación incluyen la práctica de actividades deportivas, las caminatas, la observación del paisaje, el descanso en medio de ambientes naturales, el disfrute de ambientes que recrean la cultura y los sitios naturales de la región.

5.3.1.1 Parque Consotá:

Parque Comfamiliar Consotá, obtiene la mayor votación en la preferencia de los encuestados donde el 45% de los encuestados lo menciona en sus respuestas. Aparece en la oferta oficial de sitios de diversión de Pereira y en todos los sitios de promoción de turismo y recreación de esta urbe.

Con respecto a lo anterior, los datos oficiales del parque Consotá indican que este parque registró en el año 2017 la cifra de 800.000 visitantes, lo cual equivale a que toda la población que habita en el Área Metropolitana Centro Occidente de Pereira, visitara el parque.

En un informe de la Secretaría de Desarrollo Económico y Competitividad de la Alcaldía de Pereira, durante el año 2018 muestra que el Parque Consotá tuvo cifras importantes “del domingo 25 de Marzo al Domingo 1 de Abril, (con) una cobertura de 19.746 visitantes, siendo los días de mayor flujo desde el Jueves 29 de Marzo al Domingo 1 de Abril 1 con 11.948 visitantes. El nivel de ocupación de los alojamientos del parque fue del 98.0%”



Ilustración 3 Parque Consotá

Fuente: <https://entrieriosycafe.wordpress.com/planes-destinos-y-experiencias/>

El parque cuenta con atracciones tales como:

Una piscina con olas de 1.120 metros cuadrados y con capacidad para 1.200 personas, una piscina infantil de 160 metros cuadrados, un río lento y tres toboganes de diferentes tipos: kamikaze, hidro tubo y espiral. Para la alimentación el parque tiene una oferta gastronómica de seis restaurantes. Además, posee una réplica de Pereira antigua, un parque de la memoria indígena de Colombia, un spa, una cancha de fútbol, canchas de tenis, baloncesto, y una bolera. La granja de Noé es un espacio dentro del parque que es promocionado como una “experiencia única de conexión con el campo, manejo de recursos naturales, aprendizaje y esparcimiento.”¹

¹ <https://granjadenoe.comfamiliar.com/>



Ilustración 4: Granja de Noé.

Fuente:

https://www.google.com/search?q=%22granja+de+no%C3%A9%22+pereira&source=Inms&tbm=isch&sa=X&ved=0ahUKEwiYkY-m_4_iAhWNwFkKHapTBI4Q_AUIDigB&biw=1093&bih=461#imgsrc=cERbXSkyeg95JM:

En la Granja de Noé se encuentra La finca cafetera, en la cual se recrea la vida diaria de los habitantes del Paisaje Cultural Cafetero, es decir, la zona geográfica de Colombia donde “se conjugan elementos naturales, económicos y culturales con un alto grado de homogeneidad en la región, y que constituye un caso excepcional en el mundo”.² De ahí que en la información oficial del parque se promociona la Finca Cafetera así:

² <http://paisajeculturalcafetero.org.co/>

Aquí conocerás al pequeño caficultor de mediados del siglo XX. Observarás una casa típica de la época con una cocina que utiliza la leña como combustible primario para preparar las comidas, un comedor y una alcoba con los muebles típicos, al frente está el salón donde eran comunes las tertulias y descansos al terminar la tarde.

Al lado de la finca está el beneficiadero, donde hay una tolva ubicada en la parte alta donde se deposita el fruto del café para ser beneficiado desde el despulpe, pasando por el desmucilaginado, el secado, la trilla, la tosti3n, la molienda y el empaque. Podr3s degustar este rico caf3 en la finca cafetera o comprarlo.³

An3lisis: con base en los datos recolectados en la encuesta se puede afirmar que el imaginario de diversión de Consot3 coincide con los datos empíricos entregados por el parque. Es decir, el imaginario coincide con la realidad (I=R)

En dicho parque, los visitantes tienen la oportunidad de participar en actividades para el deleite de la **vista** que incluyen ver las zonas verdes, el lago, los senderos que conducen de una zona del parque a la otra, y en general, todas las instalaciones que son cuidadas y adornadas para el deleite de los ojos.

Oler es un placer para el visitante de este parque porque se encuentra en una zona alejada de elementos contaminantes de la ciudad, con guaduales que refrescan y limpian el aire del lugar, y prados que acercan a las experiencias de sentir el olor del c3sped.

La amplitud del lugar permite disfrutar del silencio en muchos lugares del parque o de sonidos del ambiente natural, lo cual es un placer si los ruidos de la ciudad se convierten en una carga para el ciudadano. Adem3s, algunas aves que hacen nidos en los guaduales y 3rboles del lugar, cantan y llaman sus parejas y sus hijos, durante todo el d3a, brindando una experiencia agradable al **o3do**.

Pasear es la expectativa que la persona crea en primer lugar, cuando piensa en el parque, dado para llegar all3 debe recorrer un trayecto fuera del centro de la ciudad y cuando llega puede desplazarse a pie a lo largo de los espacios del parque, o tambi3n

³ <https://granjadenoe.comfamiliar.com/recorre-la-granja/>

puede montar en una chiva que provee se provee en ciertas horas para disfrute de los visitantes.

Detenerse es una actividad que se puede practicar aquí libremente a diferencia de otros sitios de la ciudad, porque existen innumerables sitios donde quedarse sentado descansando, o acostarse en un prado, sin estorbar el desplazamiento de los demás usuarios del parque.

Recordar, meditar, pensar, reflexionar, leer, conversar, u otras actividades similares hacen parte de las posibilidades que encuentran los visitantes del parque, en medio de un escenario hermoso, acondicionado para que los ciudadanos tengan un espacio para repasar los acontecimientos de la vida.

Los ciudadanos se manifiestan como “comunidades interpretativas de consumidores” cuando se involucran en competencias deportivas haciendo parte de equipos que representan empresas, instituciones o grupos sociales determinados, de manera que experimentan vivencias más allá de la simple actividad física, al convertir las victorias o derrotas deportivas en factores de identificación social, que los lleva a competir con el objetivo de alcanzar logros personales y sociales. Esta **representación** activa, puede ser importante en la medida que la persona toma en serio el desempeño deportivo en los diferentes escenarios: cancha de futbol, canchas múltiples de microfútbol, baloncesto, cancha de voleibol, bolera, etc, y en consecuencia, logra trabajar rutinas de actividad deportiva que suma en la búsqueda de un ciudadano sano físicamente.

5.3.1.1 Parque Ukumari:

El parque Ukumarí ocupa el segundo lugar en las preferencias entre los sitios de diversión de los urbanitas de Pereira al aparecer en el 26% de las respuestas de la encuesta de percepción. Este es otro sitio promocionado en la agenda oficial de turismo y en las promociones turísticas privadas.



Ilustración 5 Parque Ukumarí

Fuente: <https://entrierioscafe.wordpress.com/planes-destinos-y-experiencias/>

Según el sitio web oficial de Ukumarí, el parque que aún no está terminado va a presentar las siguientes características.

“El Bioparque será el más grande de su tipo en América Latina, con una extensión de 820.00 metros cuadrados. Dentro de este espacio unas 45 hectáreas estarán dedicadas a varias atracciones, entre las cuales están: la integración del Zoológico Matecaña, un jardín botánico y una clínica veterinaria. Además, se construirá un museo antropológico y un museo de ciencias naturales, se traerán especies de África, Asia y América. Habrá acuarios, aviarios y atracciones en cuarta dimensión, así como juegos interactivos y escenarios de adrenalina relacionados con la biodiversidad.”

En el informe de la Secretaría de Desarrollo Económico y Competitividad de la Alcaldía de Pereira, mencionado antes, se destacan los denominados Lugares Emblemáticos, entre los cuales aparecen el Bioparque Ukumarí, que “reportó alrededor de 17.000 visitantes durante la Semana Santa, mostrando un incremento del 20% con relación a la semana santa del año anterior (año 2017)”

Análisis: este parque al igual que el parque Consotá es un imaginario urbano que coincide con los datos recolectados empíricamente. Entonces, la conclusión es que el imaginario coincide con la realidad ($I=R$)

Ver es la actividad principal de este parque zoológico que ofrece un diseño cuidadoso del escenario, basado en los lugares de donde provienen los animales exhibidos. Ya se ha ganado un lugar entre los sitios para conocer en la ciudad, por la belleza con que recrea varias regiones naturales del mundo. Sin embargo, lo más valioso del parque es que el espectador puede observar con los ojos muy abiertos, “como si se le fueran a salir”, animales que provocan asombro ante la grandeza de sus cualidades: fuerza, belleza, velocidad, agilidad, vivacidad, elasticidad, longevidad, dimensión, fiereza, gracia y muchas más.

La experiencia de **oler** no será la más importante en un zoológico pues los animales pueden tener aromas desagradables para algunas personas. Más aun, en el caso de este parque, donde el contacto directo con los animales está restringido totalmente, el diseño de los espacios y el mantenimiento de las instalaciones, así como el cuidado de los animales, mantienen en control los olores que ellos pueden producir.

Oír puede ser una experiencia impactante al encontrarse con animales silvestres que producen sonidos muy diferentes a los animales domésticos que conviven en nuestras casas. Algunos animales como el león o el elefante, producen sonidos muy fuertes que sobrepasan con mucha ventaja la capacidad humana para producir ruidos con su propia voz, lo cual impacta los sentidos, al expresar el poder de la fuerza animal que poseen. Estos ruidos producen admiración en las personas de tal modo que es frecuente ver a los niños tratando de imitar las voces de los animales.

Pasear es una actividad primordial en este parque, en espacios muy amplios para recorrer, en ambientes adaptados de acuerdo a los continentes de donde se trajeron los animales. La belleza de las instalaciones convierte el lugar en un espacio ideal para caminar, conversar, y pasar momentos agradables en compañía de otras personas.

En el zoológico, los visitantes se **detienen** a observar los animales que les produce mayor impacto sensitivo, en un escenario que se ha trabajado con mucho detenimiento, para que las personas se involucren completamente en la experiencia de conocerlos. Los sitios preferidos del zoológico parecen ser aquellos donde están los animales más fieros, los más grandes y los menos comunes en nuestra región.

Un zoológico puede ser un sitio para **recordar** eventos anteriores, especialmente cuando se hacen paseos familiares. También es posible que los visitantes vuelvan al

lugar, en la medida que creen un vínculo especial con algún animal, lo cual podría estar planteado en un programa para atraer visitantes frecuentes.

El zoológico tiene una función cultural en el cual se pretende **representar** los ambientes originales de donde se trajeron los animales, y se trata de recrear algunos de sus hábitos en la vida silvestre. El visitante puede ser un sujeto activo cultural en cuanto quiera adquirir conocimientos de las especies animales exhibidas, de distintos lugares del mundo, de los fenómenos del medio ambiente. Pero también puede ser solo un consumidor pasivo, que, a la manera de un turista, se interesa únicamente en consumir el espectáculo animal, tomar fotos, consumir la oferta gastronómica disponible y recolectar anécdotas del paseo.

5.3.1.3 Centro Comercial Ciudad Victoria

El centro comercial Victoria está ubicado en una zona vecina a la que ocupaba la antigua galería central de Pereira. Este sector era lugar de reunión de los habitantes de la ciudad, que llegaban a realizar compras de todo tipo, y algunos a compartir vida social en los bares, cantinas y otras formas de diversión para adultos que funcionaban en sus alrededores. Betancur (2008) describe, en forma breve, el proceso de renovación urbana que transformó esta zona de la ciudad y la recuperó para los pereiranos, quienes encuentran allí un lugar fundamental para el comercio, la cultura, la recreación y hasta para reuniones cívicas o de expresión política.⁴

El Victoria es nombrado por el 22% de los encuestados, que lo ubica tercero entre los imaginarios de diversión de Pereira.

⁴ <https://www.ciudadeje.com/index.php/pereira-y-risaralda/pereira-turistico/1295-plaza-ciudad-victoria-turistica>



Ilustración 6 Centro Comercial Ciudad Victoria

Foto: elaboración propia

Construido en un área de 35 mil metros cuadrados, cuenta con 350 parqueaderos, y alrededor de 180 locales comerciales en sus 5 pisos. Los últimos dos pisos están dedicados a negocios de comida, cine, juegos para niños y otros sitios de diversión. Este centro comercial se caracteriza por sus amplios corredores, terrazas agradables con vista a los alrededores.

A propósito, este centro comercial es parte fundamental de la renovación urbana que transformó completamente el sector de la antigua Galería, compuesto por varias manzanas, que dieron paso a nuevas construcciones tales como el centro cultural Lucy Tejada, la plazoleta de eventos Ciudad Victoria, y por supuesto, el Centro Comercial Victoria.

Los datos oficiales de personas que llegan al lugar son: 22.000 visitantes por día, en temporada alta 1.000.000 de visitantes durante el mes, la cual ya se superó en diciembre de 2018 con una asistencia de alrededor del 150% de esa cifra.

Análisis: por estar en una zona céntrica de la ciudad, este centro comercial recibe un flujo de visitantes importante. El número de visitantes según la información oficial recolectada, demuestran que el imaginario del centro comercial como sitio de diversión coincide con la realidad empírica mostrada por los datos ($I=R$)

Desde las diferentes terrazas en cada piso del centro comercial el visitante puede **ver** diferentes partes de la ciudad y disfrutar de un rato agradable viendo pasar la vida en un sitio seguro, amplio y acogedor.

Aunque la gente no va al centro comercial precisamente a percibir sensaciones olfativas, el sitio en general mantiene un aroma a limpio, excepto en alguna ocasión que los baños para hombres despedían olores por causa de mal mantenimiento de las cañerías, problema que luego se solucionó, según pude comprobar personalmente en una ocasión más reciente en la que visité este centro comercial. Pero en general, y especialmente cuando uno llega a la zona de restaurantes, la experiencia olfativa es agradable, y produce en los pasantes, el deseo de consumir alguno de los alimentos que se ofrecen en las múltiples exhibiciones del lugar.

Siendo un centro comercial situado en una zona ruidosa de la ciudad, el edificio tiene un diseño arquitectónico que aísla el ruido y mantiene un ambiente tranquilo, que permite que las personas puedan **oír** bien a sus acompañantes cuando conversan entre sí en los pasillos, cuando se comunican con el personal de un local comercial, cuando se reúnen en la zona de comidas. Y a pesar de la gran cantidad de gente que entra al lugar, el ruido que producen las personas se mantiene en niveles moderados y soportables para el oído. El único lugar ruidoso es la zona de parqueaderos donde la sensación auditiva puede ser molesta, pero siendo un lugar de entrada y salida, no afecta la experiencia general.

Para las personas que frecuentan el centro de la ciudad, **pasear** por el Victoria puede ser una forma de alejarse de la agitación del centro, sin salir de él, pero en un ambiente más amigable, cómodo, pleno de opciones para consumir los productos y servicios que ofrece la ciudad. Es posible que para algunas personas que recorren los

mismos lugares frecuentemente, la experiencia se convierte en una rutina. No obstante, los visitantes que encuentran en el centro comercial un sitio para pasear son aquellos que poco lo visitan y que al pasar por las vitrinas, los corredores amplios, los techos altos viven una experiencia novedosa en este centro de comercio.

Todo está pensado para que el visitante pueda **detenerse** aquí, las vitrinas, los restaurantes, los miradores, los puestos donde se hacen ofertas de todo tipo desde paquetes turísticos a descuentos en compras de productos, los cines, los juegos, e incluso las sillas que se encuentran en los pasillos, invitan a quedarse aquí, donde la gente se aprecia tranquila y complacida con lo que encuentra en el lugar.

El sitio provee un ambiente tranquilo para **recordar** eventos del pasado, existen numerosas opciones que las personas pueden escoger para el ejercicio de recordar, muchas de ellas gratuitas, otras con una pequeña inversión en una bebida o en una comida. Cuando el visitante dedica parte de su tiempo para tomar un descanso de las actividades que lo ocupan, y de forma relajada se aparta de sus obligaciones, allí encuentra un espacio apropiado para llegar a los lugares de la memoria donde almacena las partes con las cuales reconstruir experiencias que desea traer al presente.

La ubicación en el centro de la ciudad permite que el Victoria sea un lugar de paso para muchas personas que encuentran ahí un lugar para realizar sus diligencias, para matar el tiempo mientras esperan que llegue la hora de cumplir sus compromisos, o para investigar las características de un producto o servicio. La arquitectura del lugar facilita el tránsito y reunión de ciudadanos, quienes tienen la posibilidad de entrar y salir por múltiples accesos, con libertad para desplazarse, sin obstáculos aparentes. El imaginario como posibilidad de una tecnología o técnica para la representación colectiva, surge a través de la arquitectura del centro comercial. Pues “cada época en cada ciudad se puede representar según las técnicas expresivas de que dispone.” (Silva, 2006, p.102), y en el momento actual, este centro comercial es uno de los que registra gran cantidad de visitantes, según los datos empíricos.

Existen muchas opciones de identificación para los consumidores urbanos:

Los espectadores pueden asistir a los cines a ver como los medios **representan** el universo en el que vivimos, la cual, siendo una experiencia pasiva de consumo cultural,

se convierte en una experiencia activa cuando ellos toman una posición crítica frente a lo que observan, y promueven la asistencia de otros espectadores o los desalientan para que no consuman ese producto.

Los jugadores tienen en el casino los puestos preparados para satisfacer los deseos del hombre jugador (*homo ludens*), quienes tienen la posibilidad de apostar dinero en juegos mediados por máquinas electrónicas o por medio de elementos tradicionales como cartas, dados, ruletas y otros similares.

Los compradores de productos para satisfacer necesidades básicas o los compradores compulsivos tienen su espacio en este centro comercial.

5.3.1.4 Parque Metropolitano del Café

El parque Metropolitano del Café es nombrado por el 16% de los encuestados, en referencia a los sitios de Pereira para recrearse y para disfrutar del ocio.



Ilustración 7 Parque Metropolitano del café

Foto: elaboración propia

Aunque la palabra Café aparece en su nombre, este parque no parece tener ninguna relación con el cultivo, o al menos solo parece una especie de homenaje nominal a esa planta típica de la región.

Ubicado junto a la Avenida Sur, es un parque que tiene 7 piscinas, varias de ellas para niños, juegos infantiles, cancha de fútbol, canchas múltiples, sendero ecológico, toboganes y kioscos para eventos sociales. Es visitado por muchas instituciones educativas, incluido el SENA, organizaciones y equipos deportivos aficionados, donde pueden practicar deportes y disfrutar actividades recreativas dentro de la ciudad.

Análisis: con base en los datos recolectados se puede afirmar que el imaginario de diversión del parque Metropolitano del Café coincide con los datos empíricos entregados por el parque. Es decir, el imaginario coincide con la realidad ($I=R$)

Este parque presta servicio a precios bajos, brindando experiencias de recreación basada en la práctica de deportes, uso de las piscinas, uso de los quioscos o del sendero ecológico. Sin embargo, el estado actual del parque no invita a disfrutar una experiencia visual, excepto en la zona de piscinas, donde se cuidan las instalaciones porque representan la fortaleza del parque. En el resto del parque, el visitante se va a encontrar con una imagen del deterioro de las instalaciones y la falta de inversiones para embellecer el lugar.

El sitio es limpio, con pocos elementos decorativos, con espacios amplios, incluyendo un sendero ecológico. **Oler** no aparece como una experiencia sensitiva disponible para los visitantes del parque, pues este es un escenario donde faltan jardines, o instalaciones llenas de fragancias que permitan tal disfrute.

La amplitud del lugar, 16 hectáreas, permite aislarse del ruido de la ciudad para **oír** los sonidos de la naturaleza, o para disfrutar del silencio del espacio abierto que provee relajación y descanso.

El objetivo del parque es brindar a los Pereiranos un espacio para **pasear** en medio de la ciudad, el cual es disfrutado especialmente por las personas que pertenecen a instituciones educativas, pero el gran público no lo elige en primer lugar como destino para pasear.

Las personas suelen **detenerse** en los lugares donde encuentran atractivos que les genera apego, y se alejan de los sitios vacíos, equivalente a decir que son aquellos sitios que producen una experiencia con pocas emociones. En este sentido, el parque no parece un sitio donde la gente quiere quedarse, de la manera que alguien se queda en un lugar donde lo que encuentra alrededor, llena sus emociones. Tal vez porque el paisaje, no les provee las sensaciones agradables que esperan del parque.

Los usuarios suelen **recordar** este parque cuando el clima cálido de la ciudad los lleva a buscar un sitio donde refrescarse, nadar, jugar en el agua, pasar un rato agradable dentro de las piscinas. Pero en otros momentos, los deportistas que pertenecen a equipos formales o aficionados a la práctica deportiva son los únicos que llegan, porque el resto del público no se acuerda del parque y mucho menos vienen a realizar actividades de relajación ni buscan el sitio para recordar acontecimientos del pasado.

Siendo un escenario deportivo, el parque es un sitio frecuentado por grupos de personas que comparten el consumo deportivo que les permite **representar** de forma recreativa los iconos del deporte que admiran.

5.3.1.5 Centro Comercial la 14

El centro comercial la 14 es mencionado por el 16% de los encuestados. Este es un imaginario que ha evolucionado en los últimos tiempos, debido a los cambios en la promesa de valor que está ofreciendo la compañía.

En este centro comercial se encontraba, aparte del supermercado por departamentos que ofrecía desde alimentos hasta ferretería, una variedad de restaurantes, una zona de juegos, parqueaderos y zona verde con árboles y sillas para sentarse a descansar.

El visitante puede disfrutar la **vista** de un guadual que sirve de barrera viva en buena parte del centro comercial, el cual está bien cuidado, y aporta frescura en las horas calurosas del día.

La presencia de árboles, prados y un mantenimiento permanente del lugar, permite tener un ambiente libre de **olores** fuertes, en esta zona rodeada de un tráfico pesado de los vehículos que entran, salen y circulan por la ciudad.

Ante el ruido constante del tráfico, es relajante para muchas personas llegar al centro comercial, y alejarse del **ruido** de motores, de pitos, de frenadas bruscas de los vehículos que transitan por las avenidas del sector. La anterior experiencia la viven muchas de las personas que usan el terminal de transporte, donde el edificio encierra todo el ruido de la actividad de viajeros, conductores, vehículos y personal que labora en el lugar.

Por lo cual, una de las posibilidades que aprovechan algunos viajeros que llegan al terminal de buses, ubicado a un lado del centro comercial, es cruzar un puente peatonal, mientras esperan la hora de salida a sus respectivos viajes. O si han llegado de un viaje, algunos encuentran descanso en **pasear** por el lugar, como terapia para el cuerpo después de haber permanecido sentados en un vehículo por varias horas. Otros se **detienen** en alguno de los restaurantes o cafeterías para comer o tomar una bebida.

No obstante, lo anterior, este centro comercial ha venido cambiado su modelo de negocio en los últimos meses, y, por lo tanto, la dimensión imaginaria del lugar puede cambiar drásticamente en el corto plazo. Es decir, el imaginario parece mayor que la realidad ($I > R$)

5.3.1.6 Avenida Circunvalar

La avenida Circunvalar con el 14%, es uno de los imaginarios de diversión más importantes en Pereira, dada la promoción oficial y privada que se hace de esta zona.

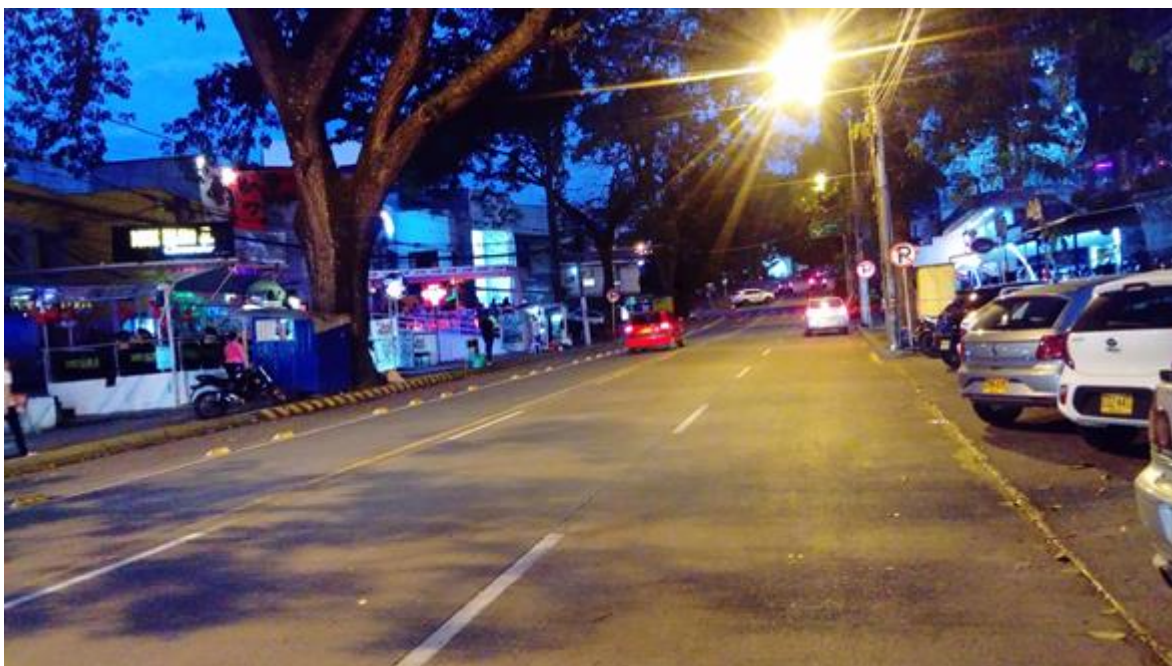


Ilustración 8 Avenida Circunvalar

Foto: elaboración propia.

A lo largo de esta avenida se concentran una serie de bares, restaurantes, y discotecas que constituyen la zona rosa más conocida en la ciudad.

Análisis: con base en los datos recolectados se puede afirmar que el imaginario de diversión de la Avenida Circunvalar coincide con los datos empíricos recolectados en diversas fuentes de información. Es decir, el imaginario coincide con la realidad ($I=R$)

La avenida Circunvalar, que en principio era un sector residencial se ha convertido en zona referente de Pereira, donde los turistas y los locales llegan a disfrutar la vista de los lugares de diversión y restaurantes que están abiertos al público todos los días del año.

Los árboles, jardines y manchas verdes que aún subsisten sobre la avenida, ayudan a dispersar un poco las huellas olfativas del tránsito continuo de vehículos de pasajeros, vehículos privados y motos que pasan por el lugar.

Esta es una avenida ruidosa, que provee licencia a los negocios nocturnos para sonar su música hasta las tres de la madrugada, donde algunos borrachos y trasnochadores que salen de los bares y discotecas, se quedan deambulando hasta entrada la madrugada. En reacción a la propagación de ese ruido por toda la avenida,

fue la salida de la mayoría de los habitantes del sector que vivían en grandes casas tradicionales, quienes dejaron de **oír** el canto de los pájaros madrugadores y en su lugar comenzaron a escuchar los ruidos de borrachos trasnochados.

Pasear es una actividad placentera por esta zona, donde se pueden hacer recorridos a pie o en vehículo dependiendo del plan que se tenga, el sector que está conformado por una avenida que corre a lo largo de unas diez cuadras, mantiene unos protocolos de seguridad aceptables en los sitios de diversión, que se encuentran a lado y lado de la avenida.

Varios sitios permiten **detenerse** en el camino, uno es la pequeña plaza donde se levanta el Monumento a los Fundadores, mal llamado el Prometeo, ya que el verdadero Prometeo es un monumento que está ubicado en la plazoleta principal de la Universidad Tecnológica de Pereira. En esa pequeña plaza, se sientan muchos comensales de los diferentes puestos de comida rápida que se ubican alrededor, y también se ha convertido en lugar de encuentro de grupos de amigos o de parejas que llegan o salen de los sitios de diversión cercanos.

Otro sitio para detenerse es el sector conocido como Monos, denominado así por el negocio tradicional de arepas que lleva ese nombre, y que ha servido de referencia para la ubicación espacial en la avenida, donde además se encuentran numerosos sitios de diversión y de comidas, que frecuentan buena parte de los visitantes. Al tratarse del lugar más amplio de la avenida, es propicio para que los transeúntes se ubiquen por doquier, formando grupos familiares o de amigos que comparten el espacio, para interactuar entre ellos sin prestar mayor atención a lo que sucede alrededor.

La plaza de la Rebeca es frecuentada por personas que pasan por el lugar y se detienen a tomarse una bebida de café, o a consumir una comida rápida, o se sientan a disfrutar de los denominados cholaos (una bebida fría), o simplemente se sientan a conversar en alguna silla, o sobre el andén, cuando todos los espacios están ocupados, lo cual ocurre frecuentemente.

Siendo la avenida un lugar importante en la ciudad, que ha cambiado sus usos a lo largo de los años, **recordar** su evolución de sector residencial de clase alta a lo que es hoy, es un asunto natural, que convierte la avenida en una especie de marcador

temporal para muchos habitantes de Pereira. Porque en muchas conversaciones, al mencionar la avenida, se vendrán a la memoria recuerdos nuevos y antiguos de las vivencias que ocurrieron allí, en diferentes épocas de la ciudad y de las personas.

Cualquiera que venga a la Circunvalar sin obligaciones de realizar trámites ineludibles tiene la oportunidad de consumir diferentes variedades de diversión: gastronomía, bares, discotecas, moda. Este sector **representa** los deseos ciudadanos de tener una parte de la ciudad dedicada a la diversión, por lo cual es conocida como la zona rosa. Es decir, allí se pone en primer lugar la cultura de la moda que marca el sector como punto cardinal en la ciudad, donde se viven las experiencias más excitantes que pueden vivirse en ella.

5.3.1.7 Bares

Los bares con el 12% constituyen otro imaginario urbano de diversión, que quizá trae a la memoria la tradición de Pereira trasnochadora. Sin embargo, el porcentaje de respuestas que señala los bares entre los sitios de diversión, no los ubica entre los primeros, con lo que se muestra que ese imaginario no tiene la fuerza que pudo tener en otros tiempos.



Ilustración 9 Bares de la Circunvalar

Foto. Elaboración propia

Muchos de los bares más populares de la ciudad se encuentran sobre la avenida circunvalar o en el sector adyacente a esta, y forman parte de la zona rosa. Otros bares se encuentran sobre las carreras sexta y séptima en la zona céntrica de la ciudad. La organización Asobares que agrupa un número importante de ellos, con base en un conteo de clientes que visitan estos lugares de diversión, tiene registro consolidado de aproximadamente 360.000 personas por año.

Análisis: con base en los datos recolectados se puede afirmar que el imaginario de diversión de los bares coincide con los datos empíricos entregados por la asociación de bares. Es decir, el imaginario coincide con la realidad ($I=R$)

Los bares, por su uso social, son sitios donde la gente asiste para **ver** y para ser visto. Los hombres y mujeres van vestidos con las mejores prendas que poseen, de acuerdo a los movimientos de la moda, para lucir elegantes y para estar a la altura de las interacciones sociales que se dan allí, que dependen en buena parte de la imagen personal. El placer de apreciar la belleza física se convierte en uno de los principales atractivos que los clientes pagan de buena gana, mientras consumen los productos de la carta.

Oler bien es una necesidad social que los ciudadanos reconocen. Pero a medida que avanza la noche, la mezcla de fragancias que usan los asistentes para **oler** bien, es afectada con el paso de las horas, cuando el licor hace efecto, y el atmósfera se llena con aromas de las gentes que vienen y van, la experiencia olfativa puede llegar a ser lo que menos se aprecia en estos sitios.

Oír música es fundamental en bares en la cultura de Pereira, a diferencia de algunos bares en ciudades anglosajonas, donde la conversación es por decirlo así, la música del lugar.

Pasear es una opción que está presente para los ciudadanos que asisten a los bares, aunque lo usual es que vayan directamente al sitio de su preferencia, ya sea en transporte propio, o en transporte público.

Detenerse por razones obvias es el objetivo de que existan los bares, donde las gentes se reúnen a compartir sus vivencias.

Los bares son uno de los sitios favoritos para **recordar** las experiencias significativas en la vida de las personas. También sirven para celebrar momentos especiales que dejan huellas en la memoria de los asistentes, que luego se recuerdan por largo tiempo.

Entrar a bares no solo **representa** haber llegado a la mayoría de edad, que confiere derechos sociales y legales, sino que también representa la posibilidad de participar de los privilegios de una parte de la población que tiene los recursos necesarios para incurrir en gastos suntuarios, tales como el consumo de bebidas espirituosas, y los

demás gastos asociados a las salidas nocturnas. De cierta manera es una manera de identificarse con Dionisio, el dios del vino y la sensualidad, quien aparece como la encarnación de las sensaciones, de la estética.

5.3.1.8 Centro Comercial Parque Arboleda

Al centro Comercial Arboleda lo mencionan el 11% de los encuestados, y por lo tanto es uno de los imaginarios urbanos de diversión en Pereira.



Ilustración 10 Centro Comercial Parque Arboleda

Foto: elaboración propia

Centro Comercial ubicado sobre la Avenida Circunvalar, con un área de 40.000 m² más de 1.200 parqueaderos gratuitos, zona de entretenimiento, 6 salas de cine, un patio de comidas con 17 restaurantes, tiene altos estándares de seguridad y en su inmediatez se ubica una gran variedad de instituciones financieras y de servicios con excelentes puntos de venta y una atención diferenciadora. (Información extractada del sitio web oficial). Este sitio, según cifras oficiales de la administración recibe en temporada baja un promedio mensual de 650.000 visitantes, y en temporada alta, de

800.000 a 900.000 visitantes. Donde los sitios preferidos son: el almacén Falabella, los cines, almacén Zara, restaurante Crepes y Frisby.

Análisis: con base en los datos recolectados se puede afirmar que el imaginario de diversión del parque Arboleda coincide con los datos empíricos entregados por el centro comercial. Es decir el imaginario coincide con la realidad ($I=R$)

La arquitectura del centro comercial permite **ver** la ciudad solo desde la perspectiva de la avenida Circunvalar sobre la cual fue construido, por lo cual, el placer visual de los visitantes proviene en gran parte, de pasar observando las vitrinas, los corredores, los formatos comerciales innovadores que se salen del local cerrado y se encuentran con el público que camina por el amplio espacio de circulación. De tal manera que, si la vitrina es “una ventana urbana”, que muestra las características de la ciudad, esta ciudad tiene variadas maneras de verse, “varios escenarios sociales y estéticos, según sus mismos habitantes” (Silva, 2006, p.72). Así que, en este lugar, donde la vista hacia el resto de la ciudad es limitada, las miradas se dirigen hacia dentro, donde se encuentran las vitrinas que muestran muchas de las características de la ciudad en la que está inmerso.

Este centro comercial como otros similares son lugares donde el aseo y frescura del ambiente son condiciones básicas en su propuesta de valor. Por lo tanto, este es un sitio donde la limpieza permite percibir olores agradables. Aparte de eso, algunas simpáticas impulsadoras promocionan perfumes hábilmente, ofreciendo pequeñas muestras gratis, a los que pasan frente a algunas perfumerías. Además, en la zona de comidas y bebidas se encuentran múltiples opciones olfativas.

Oír música, u otras expresiones de audio no parece ser una actividad favorita de los visitantes del centro comercial.

Pasear es el primer objetivo al ingresar a Parque Arboleda, que está ubicado sobre la avenida Circunvalar conocida por ser la zona rosa de la ciudad.

Aquí se encuentran muchos lugares para **detenerse**: las vitrinas, los sitios de comida y bebidas, los miradores que dan al interior del edificio.

Recordar, es una opción en los diferentes sitios donde se reúnen los ciudadanos a conversar, especialmente los cafés y negocios de comida.

Las vitrinas hacen parte de una estrategia para **representar** la ciudad, permiten “el placer de mirar oculto en el anonimato y gozar en la intimidad los deseos que se fraguan con nuestra descarga afectiva” (Silva, 2006, p. 70,71). Y a dicho lugar, que está ubicado en la zona rosa llegan los consumidores ávidos de conseguir productos y servicios de todo tipo, y para aprovechar las ofertas que se publican por medios de comunicación.

5.3.1.9 Villa Olímpica

La Villa Olímpica con el 11% también es un imaginario urbano de diversión que ofrece a los Pereiranos opciones para practicar deportes, escenarios para la recreación y espacios para pasar ratos de ocio en diversos espectáculos.



Ilustración 11 Sector de la Villa

Foto: <https://mapio.net/pic/p-410285/>

Aquí se encuentran varios escenarios:

Estadio Hernán Ramírez Villegas: Con capacidad para 38.000 personas, es el primer escenario deportivo de la ciudad de Pereira.

Coliseo de Combates: Escenario para la práctica de Judo, Lucha, Tae Kwon Do y Porrismo.

Piscinas de la Villa Olímpica: Allí se práctica Buceo, Clavados y Natación artística. El número aproximado de usuarios inscritos en clases es de 800 personas.

Velódromo Alfonso Hurtado Sarria: Escenario para Ciclismo y Patinaje.

Canchas de Tenis: Donde se practica la modalidad de tenis en polvo de arcilla.

Expofuturo: Centro de eventos, conferencias y ferias.

Diamante de Béisbol: escenario que se usa como escuela de deportes.

La villa Olímpica es un lugar donde llegan los deportistas aficionados que usan la ciclo vía desde Dosquebradas y terminan sus recorridos en sus alrededores.

Análisis: con base en los datos recolectados se puede afirmar que el imaginario de diversión de la Villa Olímpica coincide con los datos empíricos entregados por el parque. En este caso el imaginario coincide con la realidad ($I=R$)

Ver competencias de futbol, ver bañistas con cuerpos trabajados por largo tiempo, ver jugadores de tenis entrenados en juegos de gran exigencia física, ver practicantes de taekwondo, jugadores de tenis, jugadores de futbol, ciclistas, atletas. Todo junto, constituye una serie de experiencias estéticas de gran valor que atraen personas que quieren apreciar los cuerpos humanos, en su mejor expresión física.

Oler, no parece una experiencia estética que buscan los visitantes de estos lugares, pues el objetivo de recrearse en la práctica de deportes no está relacionado con experiencias olfativas.

Por su ubicación en una zona alejada del ruido del centro de la ciudad, la Villa Olímpica es un sector tranquilo donde las personas no están sometidos a muchos distractores auditivos, excepto el ruido de los frenos cuando los buses se detienen para dejar o recoger pasajeros. Por otra parte, la escucha de sonidos, o música no constituye una actividad objetivo que se busca en este lugar. Sin embargo, otra situación diferente se presenta cuando se practican ejercicios dirigidos tipo aeróbicos,

donde la música tiene el propósito de marcar el ritmo de los ejercicios y la dinámica de las clases que se realizan allí. En ese caso, la música es un elemento que agrega a la sensación estética del deporte en sí mismo.

La ubicación de la Villa Olímpica en una parte alejada del centro de la ciudad, implica pasear en cada ocasión que se visitan sus instalaciones.

Detenerse, no parece una forma de diversión en una zona deportiva como esta.

Recordar, no parece aplicable como actividad de diversión dentro de la práctica deportiva, a menos que se trate de la memorización de rutinas deportivas. Por otra parte, los aficionados a los deportes tienen la oportunidad de revivir anécdotas sobre eventos deportivos del pasado, para disfrutar del estilo de vida que involucra la estética de los deportes.

El consumo de deportes como observador hace parte del mercado disponible en la sociedad de Pereira. Los deportistas aficionados tienen la posibilidad de representar deportistas reconocidos en las modalidades que se practican en estos escenarios.

5.3.2 Actividades en tiempo libre

Esta pregunta resulta fundamental para conocer las actividades que realizan los habitantes de Pereira en su tiempo libre. Con esta información y la de otras preguntas se pueden hacer relaciones que ayuden a comprender el fenómeno de la diversión en la ciudad.

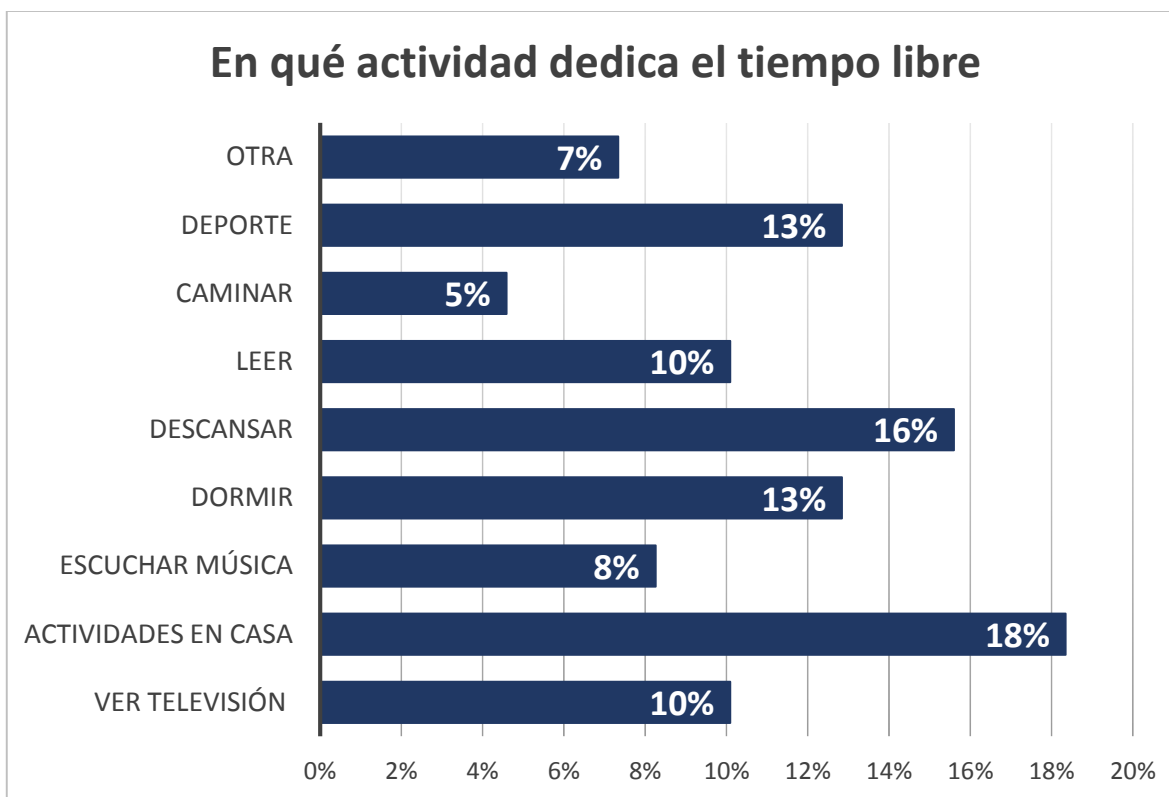


Gráfico 2 Actividades en tiempo libre

Fuente: elaboración propia

2. Sobre las actividades que realizan en tiempo libre se tienen las respuestas: Ver televisión 10%, Actividades en casa 18%, Escuchar música 8%, Dormir 13%, Descansar 16%, Leer 10%, Caminar 5%, Deporte 13%, Otra 7%.

Análisis: Silva (2006) trae un concepto del antropólogo Leach cuando habla de las segmentaciones del tiempo y del espacio social en la vida cultural que permite comentar algunos detalles del uso del tiempo libre. La actividad principal consiste en quedarse en casa haciendo actividades hogareñas, es decir, realizando oficios que producen algún valor práctico. La actividad preferida en segundo lugar, es descansar, donde el sinónimo directo es el ocio, o sea el tiempo dedicado a “la contemplación, la meditación y la reflexión.”

En tercer lugar, aparecen dormir y el deporte. Dormir es una actividad de ocio que refleja como la cultura actual demanda que los ciudadanos usen parte de su tiempo libre para dormir, pues quizá en la segmentación de los tiempos de la semana, se

dedica menos tiempo del necesario para el sueño diario. El deporte se presenta dentro de las actividades saludables que caracterizan la cultura del cuerpo sano.

Finalmente, leer es un imaginario urbano que aparece súbitamente en una ciudad que busca diversión en los textos, y que muestra nuevas posibilidades de crecimiento académico, cuando se encuentra placer en actividades de tipo intelectual.

5.3.3 Alimentación fin de semana

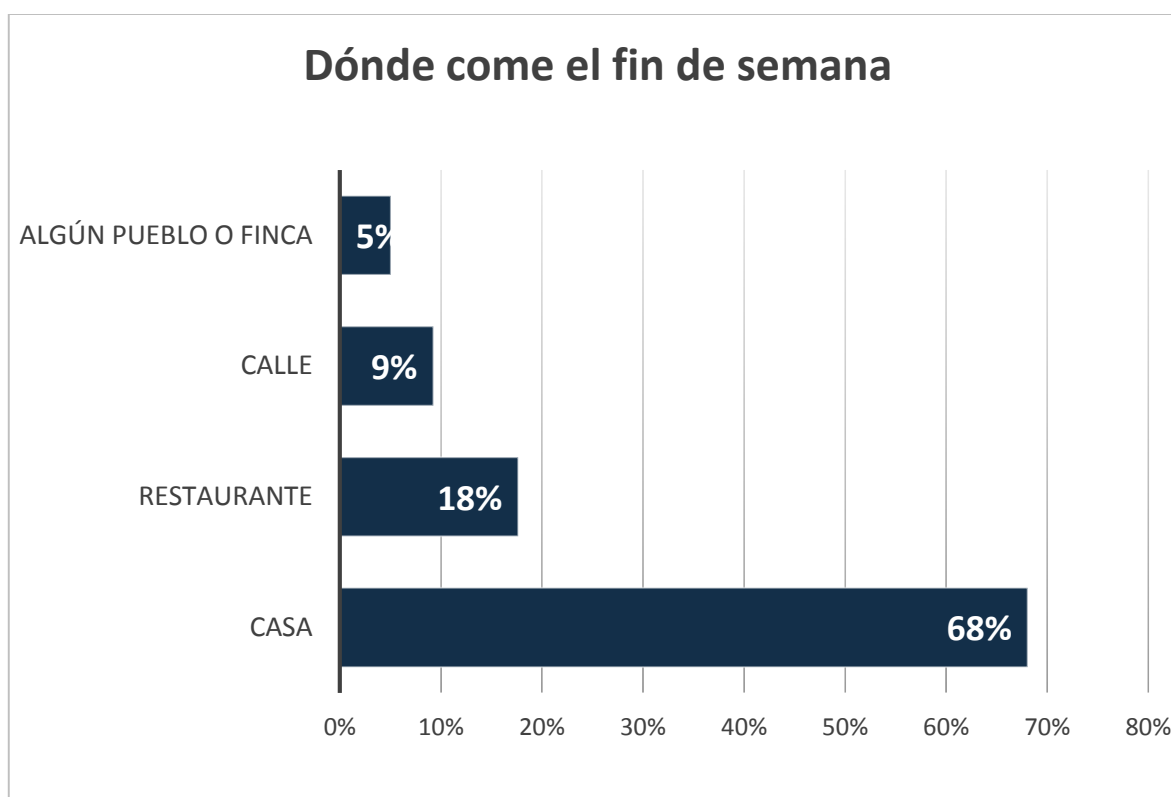


Gráfico 3 ¿Dónde comen cada fin de semana?

Fuente: elaboración propia

1. Para la pregunta donde come el fin de semana, las respuestas fueron: Casa 68%, Restaurante 18%, Calle 9%, Algún pueblo o finca 5%

Análisis: El consumo de alimentos fuera de la casa es minoritario, 32% sumando las diferentes opciones. Pero la mayoría reporta comer en su casa los fines de semana, lo cual puede tener múltiples explicaciones. Una posible causa se encuentra al relacionar la pregunta sobre las actividades que realizan en tiempo libre donde el 75% de las

respuestas (ver televisión, actividades en casa, escuchar música, dormir, descansar, y leer suman), marcan una segmentación del tiempo en el cual dedican los fines de semana a estar en familia, reunidos en casa, pues este es quizá el lugar donde menos permanecen durante la jornada laboral y escolar. En consecuencia, será menor la proporción de ciudadanos que salen a comer fuera de casa, y mucho más grande la proporción que prefiere quedarse en el hogar para consumir la comida casera.

Así que el imaginario urbano estudiado tiene que ver con el uso de la ciudad, donde se encuentra que la actividad ‘comer los fines de semana’ se realiza de acuerdo a un croquis imaginario alrededor del hogar, con otros imaginarios menores asociados a comer en restaurantes y un imaginario en formación que se construye alrededor de salir a comer en la calle.

5.3.4 Dedicación al deporte

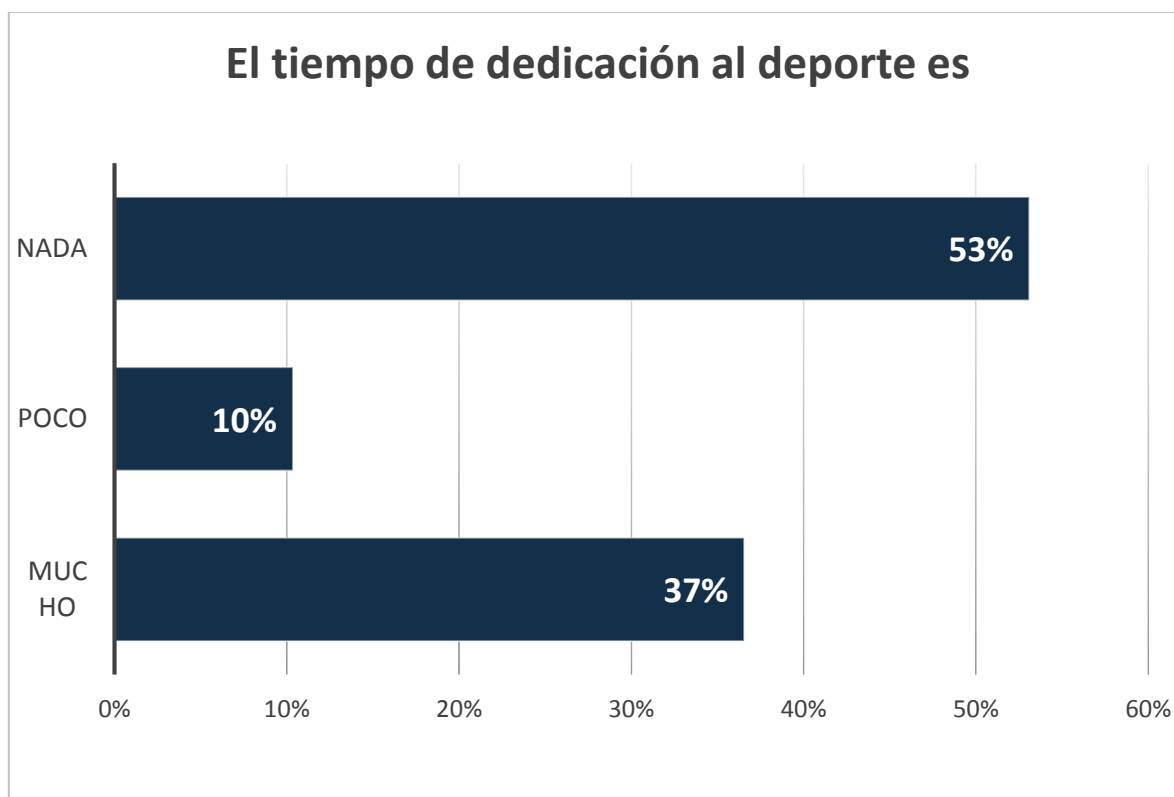


Gráfico 4 Dedicación al deporte

Fuente: elaboración propia

1. Cuál es el tiempo de dedicación al deporte: Mucho 37%, Poco 10%, Nada 53%

Análisis: al parecer, una gran proporción de la gente de Pereira (53%), no considera el deporte una actividad de diversión a la cual dedicar tiempo. Mientras que el 37% de las personas si le dedican tiempo al deporte. Se requieren estudios adicionales para determinar las relaciones del “ejercicio físico, la gimnasia o el deporte [...] como refuerzo poderoso en el concepto de familia” (Silva, 2006, p. 292) en la ciudad. Porque tales prácticas si se hacen en familia, pueden tener un impacto en el desarrollo físico y social de los individuos que desde niños se divierten en la práctica de deportes. También resulta valioso estudiar el impacto del deporte para mejorar el “panorama de un cuerpo atlético y sano para el trabajo.” (Silva, 2006, p. 292)

5.3.5 ¿Qué tipo de rutinas tiene en el cuidado del cuerpo?

Aquí se incluye una pregunta que entregó información relacionada con el deporte, es decir, uso del tiempo libre, lo cual es pertinente con los imaginarios estudiados aquí.

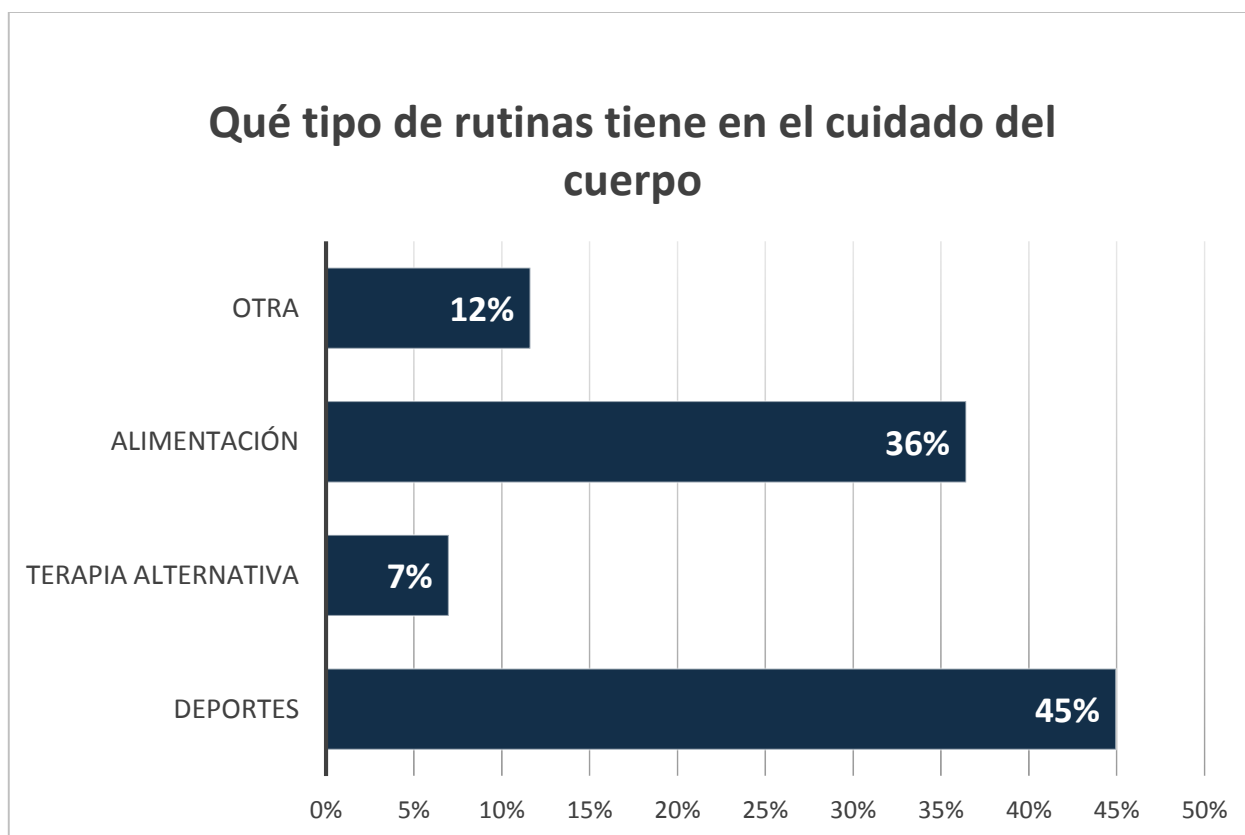


Gráfico 5 Rutinas para el cuidado del cuerpo

1. Qué tipo de rutinas tiene en el cuidado del cuerpo: Deportes 45%, Terapia alternativa 7%, Alimentación 36%, Otra 12%

Análisis.

Como se dijo antes:

“el cuerpo merece atención y es quizá la industria más exitosa; después de la electrónica, es la que vende ejercicios integrales para todo el cuerpo, cada una de sus partes, para cada edad y momento en la vida, pues el negocio, como el cuerpo de la ciudad, se presenta en magistral fragmentación.” (Silva, 2006, p.291).

Y según las respuestas de la encuesta se cumple la afirmación anterior, porque casi la mitad de las personas reconoce el valor fundamental del uso del tiempo libre para cuidar el cuerpo a través del deporte. Para lo cual, entra en juego, de cierta manera, la ética, que consiste en un “esfuerzo de la voluntad” (Peirce, 1903, p.14) para obligar al cuerpo a ejercitarse en tiempos de ocio.

5.3.6 ¿Qué actividad le gusta realizar en pareja?

Divertirse en pareja es un imaginario de gran significado en la sociedad y justifica la búsqueda de compañía sentimental, con quien compartir momentos de entretenimiento después de las rutinas de la vida diaria.

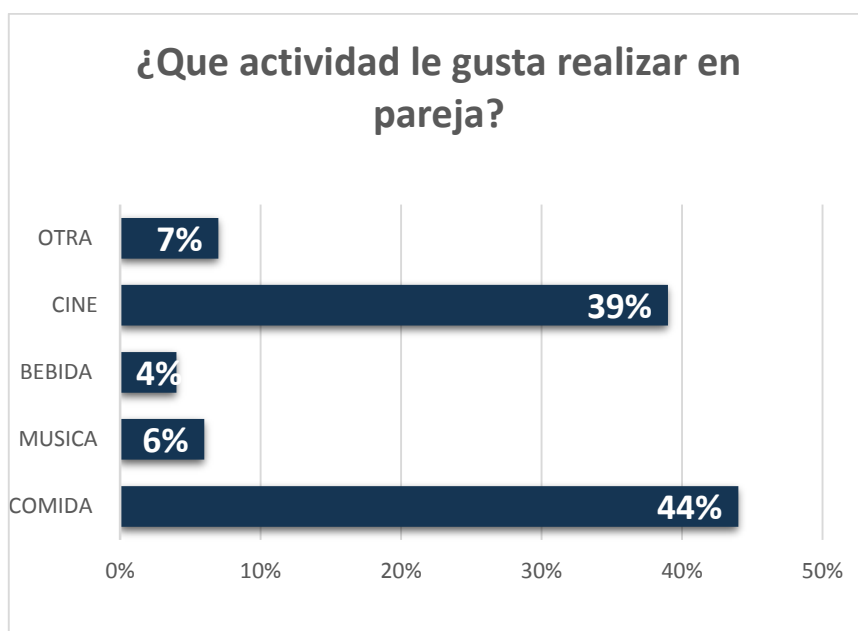


Gráfico 6 Actividades en Pareja

1. ¿Qué actividad le gusta realizar en pareja?

Comida 44%, música 6%, bebida 4%, cine 39%, otra 7%.

Análisis.

Casi la mitad de las respuestas manifiestan el gusto por la comida a la hora de tener citas en pareja, sin distinciones de que sea en un restaurante o preparada por ellos mismos. Esta respuesta puede tener relación con el uso de restaurantes que se comentó antes, donde el uso de restaurantes está en el tercer lugar de las rutinas urbanas en Pereira según la encuesta, además al dato de la gráfica donde el 33% de los encuestados manifiesta el uso de restaurantes en sus actividades cotidianas.

Ir a cine, junto a los paseos o caminatas, está en el primer lugar entre las actividades de diversión más frecuentes según la tabla de frecuencias. La preferencia por el cine del 39% en actividades de pareja sugiere que es un imaginario de diversión muy extendido entre toda la población. Su importancia proviene de sus posibilidades de divertir y entretener, pero además según Silva (2006) se pueden registrar sus huellas en la construcción de la imagen de ciudad, pues para muchos estudiosos el cine fue “concebido como el psicoanálisis del siglo XX como lo fue la pintura para el renacimiento”. (p.103)

5.3.7 Calificación de centros comerciales

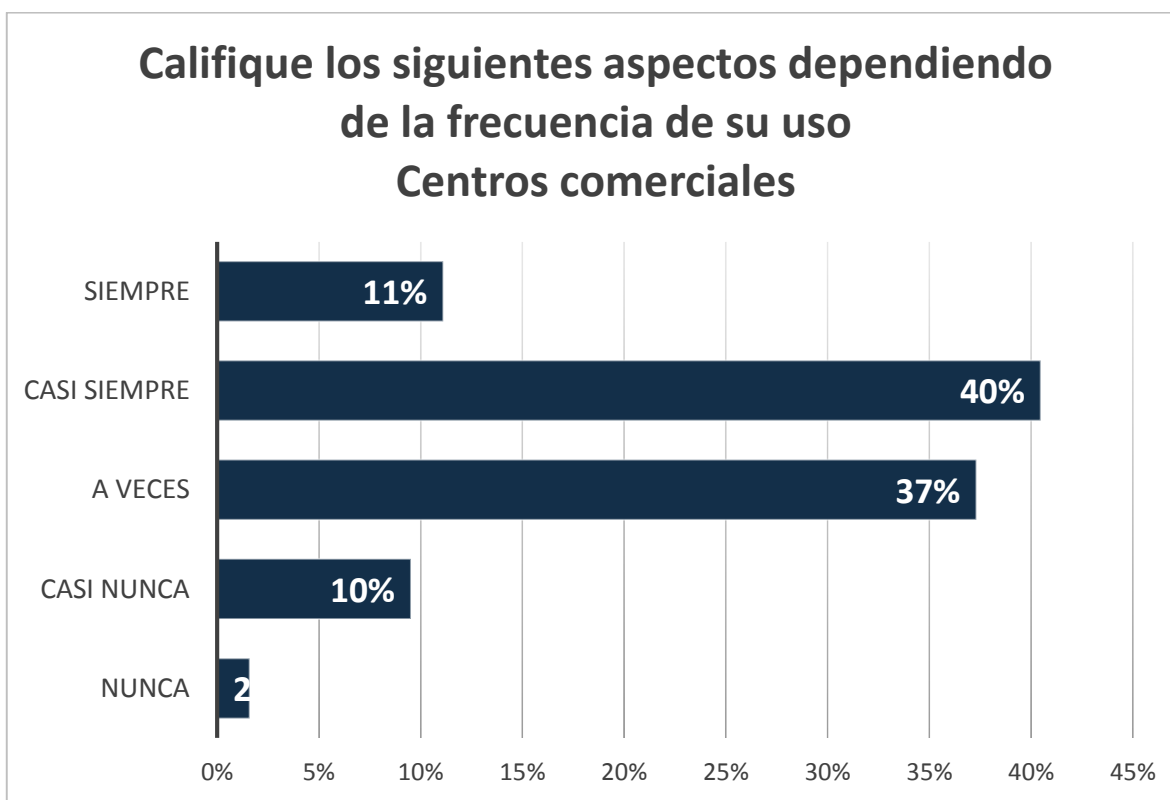


Gráfico 7 Uso de centros comerciales

Fuente: elaboración propia

1. Por otra parte, los resultados sobre la frecuencia de uso de centros comerciales tuvieron las siguientes variaciones: Nunca 2%, Casi nunca 10%, A veces 37%, Casi siempre 40% y Siempre 11%.

Análisis: Los datos provistos por los centros comerciales más populares de la ciudad y que aparecen mencionados en la encuesta, muestran que estos son lugares de asistencia masiva de ciudadanos locales y por la promoción turística, atraen visitantes de otras ciudades a sus instalaciones. Silva en su investigación sobre los lugares de encuentro preferidos en Bogotá y Sao Paulo, encontró que los más jóvenes prefieren los centros comerciales, de lo cual da cuenta Canclini (1995), y a continuación hace un análisis de ellos apoyado en conceptos de Marc Augé:

El crecimiento de esas "instalaciones necesarias para la circulación acelerada de las personas y los bienes", que se observa tanto en el uso del espacio como

en los hábitos de los ciudadanos, revela una deslocalización de las concentraciones urbanas, la disminución (no la desaparición) de lo distintivo en beneficio de lo desterritorializado y deshistorizado. (p.86-87).

Con lo que se propone la implantación de cambios en las costumbres sociales que traen consigo las tecnologías y permiten comprender como se producen nuevos imaginarios, al considerar el poder simbólico que tiene “una tecnología o técnica para la representación colectiva.” (Silva, 2006, p.100). Pues los nuevos centros comerciales se basan en formas tecnológicas novedosas sobre las que se ofrecen bienes y servicios, con formas normalizadas bajo un patrón común, en cualquier lugar del mundo. En este sentido la globalización tiene su lugar en la ciudad desde las tecnologías, sin distingos de país o cultura, y como manifestación de procesos nuevos, sin historia porque pertenecen a los tiempos actuales. Sobre lo anterior Silva (2016) ha expresado la noción de que lo global toma su lugar en la ciudad a partir de las tecnologías, dejando espacio para que lo local se manifieste en cualquier espacio de la vida ciudadana, donde los imaginarios urbanos se forman en la mezcla de lo global con lo local.

5.3.8 Califique los siguientes aspectos dependiendo de la frecuencia de su uso. Restaurantes

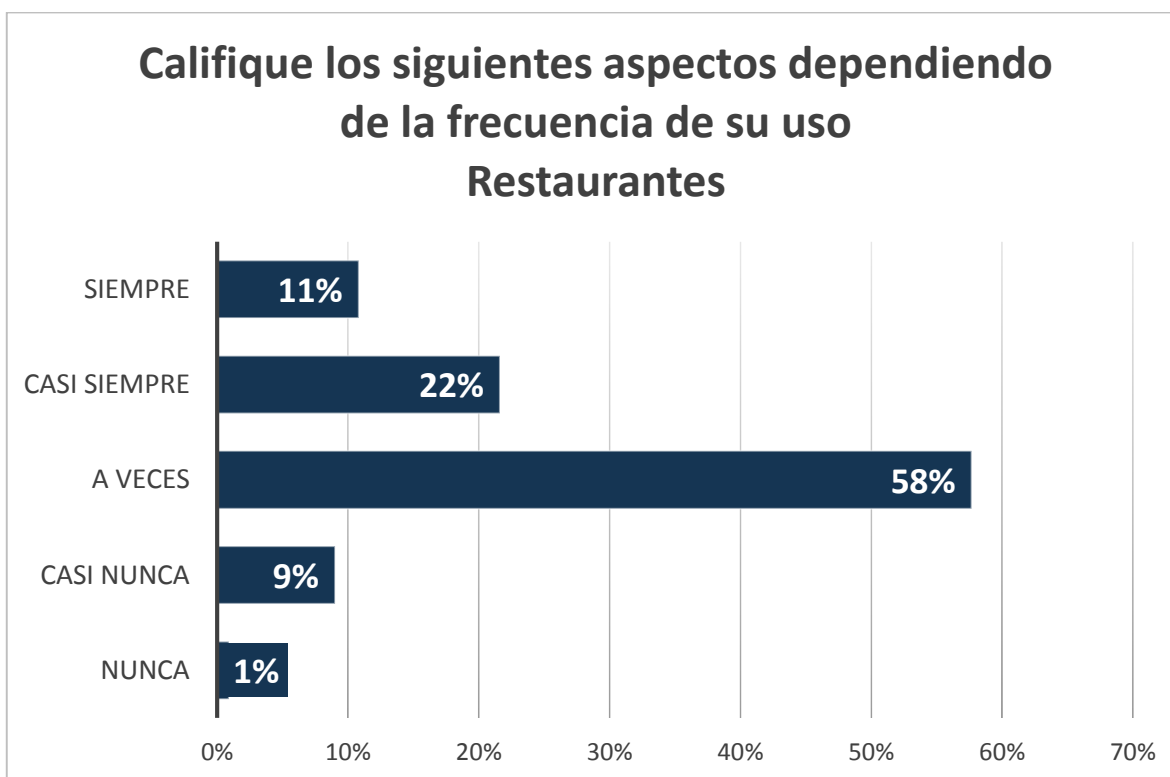


Gráfico 8 Uso de restaurantes

1. Califique los siguientes aspectos dependiendo de la frecuencia de uso de Restaurantes: Nunca 1%, casi nunca 9%, a veces 58%, casi siempre 22%, siempre 11%.

Análisis.

Un porcentaje de 33% entre los que van a restaurantes siempre o casi siempre, significa que el imaginario de uso de restaurantes está extendido en la ciudad. En la misma línea, pero con porcentajes mayores, Silva (2006) cuenta sus hallazgos en la investigación de imaginarios que hizo en Bogotá:

El cine y los restaurantes resultaron ser los más elegidos, cada una de estas actividades con un promedio de aceptación de casi el 50%; sin distinguir la clase social, sino como hecho global, y sin averiguar en qué circunstancias, dado que

un restaurante puede visitarse de manera rutinaria, sin que implique una actividad que se viva como recreativa. (p.223)

Pereira está ampliando su oferta de gastronomía en diferentes restaurantes de la ciudad. Por otra parte, las personas que trabajan no siempre tienen la opción de desplazarse a comer hasta sus lugares de residencia, por lo tanto, deben usar los restaurantes que se acomodan a sus gustos y presupuestos.

5.3.9 Calificación de paseos o caminatas

Caminar o pasear por el territorio urbano puede tener relación con el placer de recorrer los “caminos del ocio” que conducen a lugares de descanso” (Silva, 2006, p.63). Esta actividad resultó con la frecuencia de uso más alta junto al cine, dentro de la tabla de análisis donde se compararon los usos relativos de distintas actividades de diversión ciudadana.

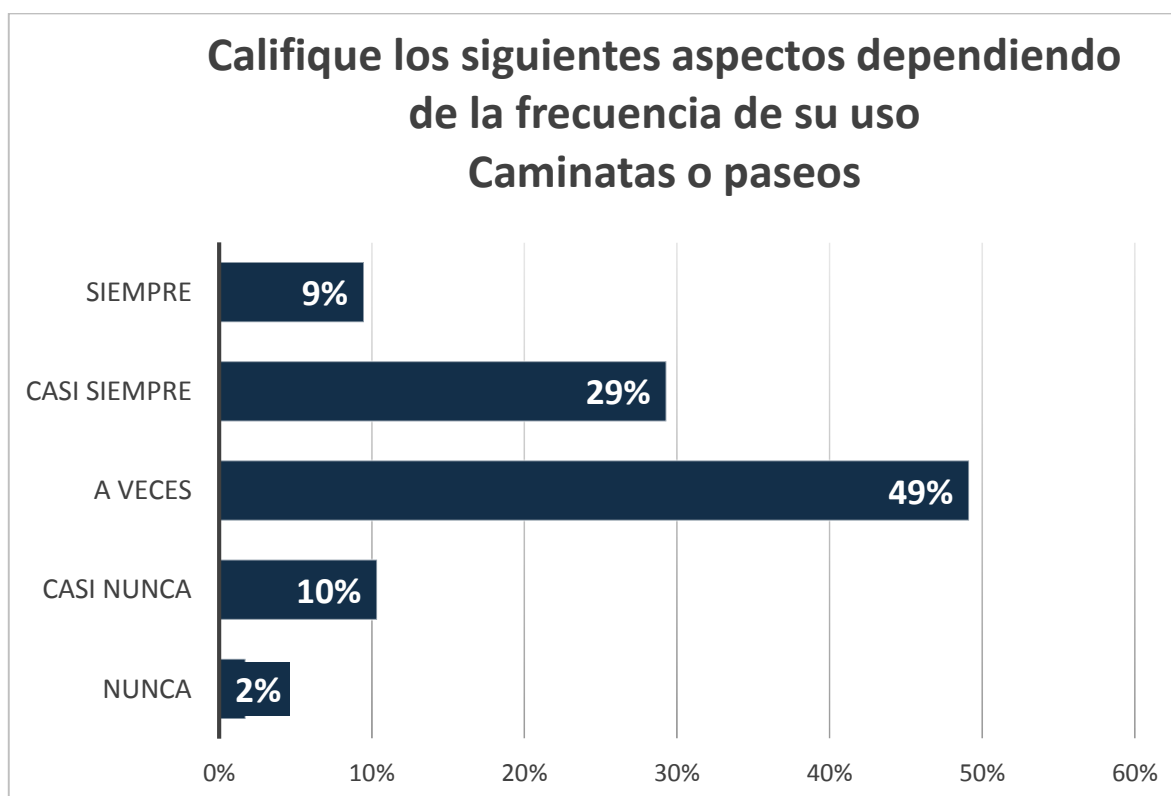


Gráfico 9 Frecuencia de caminatas o paseos

Fuente: elaboración propia

1. Otra pregunta relacionada con el aspecto de la diversión tiene que ver con la frecuencia de caminatas o paseos, donde la respuesta “a veces” tiene el porcentaje mayor con un 49%, la respuesta “casi siempre” obtiene el 29% y la respuesta “siempre” 9%. Lo anterior puede relacionarse con las actividades que se realizan en los sitios de diversión y los sitios que más gustan en Pereira, según las respuestas descritas arriba.

Análisis: La frecuencia establecida da cuenta que caminar o pasear, es la actividad preferida por la mayoría de la población encuestada. La ‘tierra hollada’ como se define el ‘camino’ en palabras de Silva (2006, p.34) es una manera de recordar que cada individuo construye sus caminos personales y otros caminos llegan a ser construidos en compañía de otros. El imaginario de pasear o recorrer caminos, es uno de los más fuertes según los datos encontrados. Quizá las razones se encuentren en la revisión de las ‘ensoñaciones’ de los pereiranos quienes, según el cruce de datos de la tabla, señalan que viajar y pasear son las actividades de diversión que anhelan realizar. Además, las gentes amables de Pereira, según se identifica a sus ciudadanos, resultan ser una buena compañía para recorrer una ciudad que se concibe de color amarillo, por lo divertida que parece en el imaginario urbano.

5.3.10 Calificación de espacios deportivos

El uso de espacios deportivos presenta un valor ligeramente por debajo de la media y significa que menos de la mitad del tiempo libre se utilizan estos lugares para divertirse.

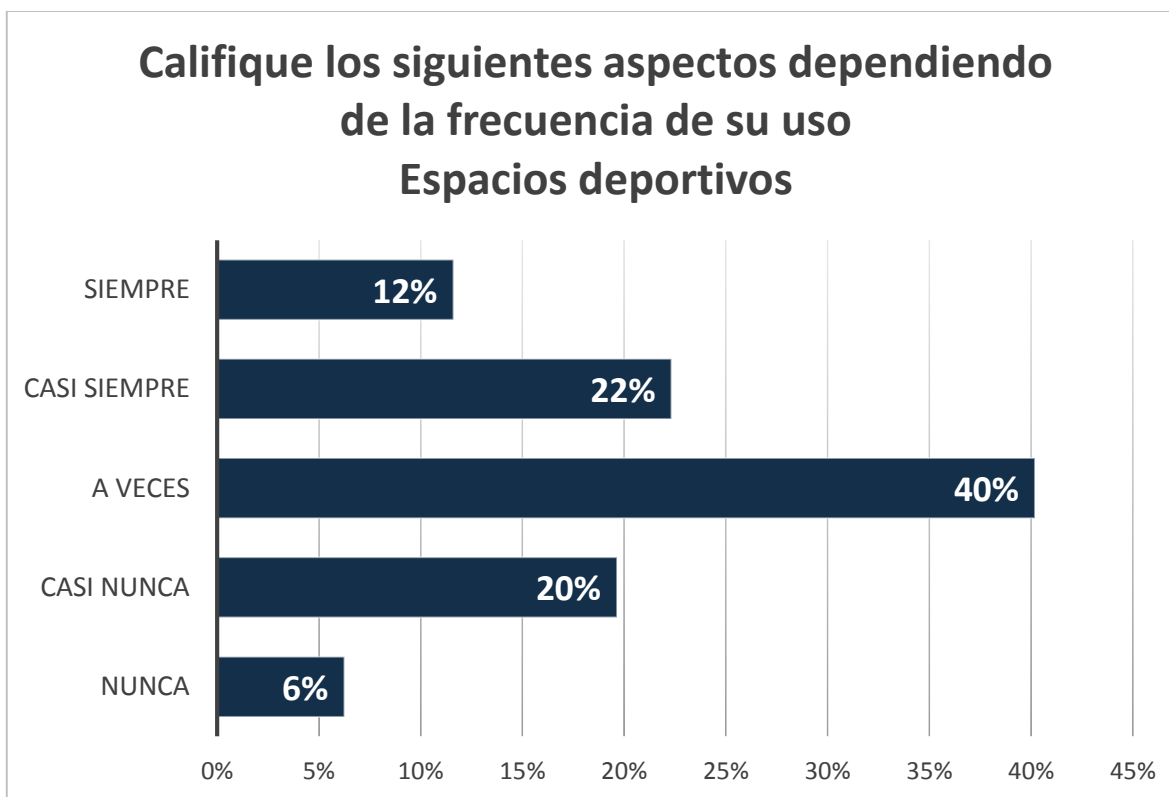


Gráfico 10 Uso de espacios deportivos

Fuente: elaboración propia

1. Con la pregunta con qué frecuencia hace uso de espacios deportivos, se obtuvieron los siguientes resultados: Nunca 6%, Casi nunca 20%, A veces 40%, Casi siempre 22%, Siempre 12%.

Análisis:

En el cruce de datos se encontró que el deporte aparece como imaginario de recreación ante la pregunta sobre las actividades que realizan los encuestados en el tiempo libre. Además, se tiene que una de las rutinas más importantes para el cuidado del cuerpo es la práctica de deportes, según las respuestas entregadas en la encuesta. Para lo cual se requieren “esfuerzos de la voluntad” al invertir energías en la práctica de deportes, dentro de un asunto ético de cuidado personal, donde la diversión se mezcla con el trabajo físico para lograr los resultados esperados en el bienestar del ciudadano.

5.3.11 Califique los siguientes aspectos dependiendo de la frecuencia de su uso. Cine

El cine hace parte de las denominadas industrias culturales o industrias creativas, como se están llamando actualmente. Su importancia a la hora de estudiar imaginarios es notable, Silva (2006) explica que el “cine, pues, no sólo parte de lo imaginario (en la pantalla no hay personas reales sino sombras, hay un tiempo y un espacio que no son reales, todo lo que nos muestra es ficción), sino que también nos introduce en lo imaginario” (p.96)

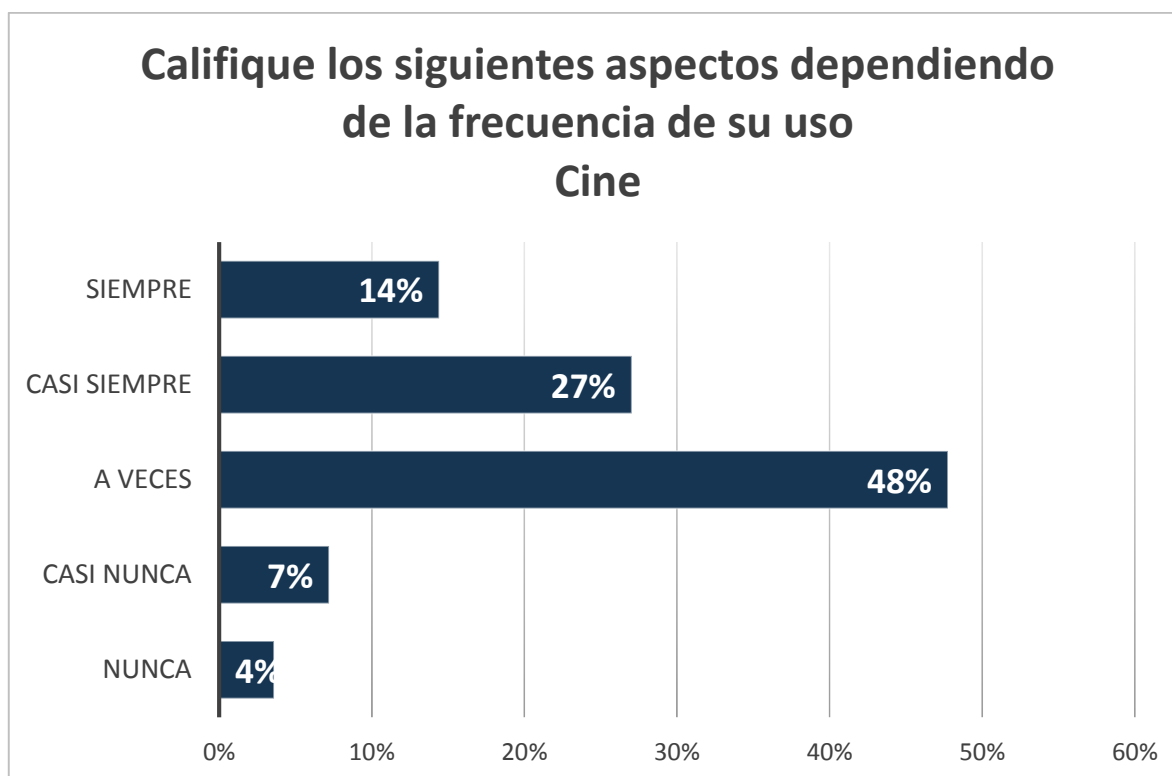


Gráfico 11 Uso del cine

1. Califique los siguientes aspectos dependiendo de la frecuencia de su uso del cine: Nunca 4%, Casi nunca 7%, A veces 48%, Casi siempre 27%, Siempre 14%.

Análisis.

La frecuencia de uso sumando los porcentajes de las personas que siempre o casi siempre van a cine, de alrededor del 41% demuestra que el cine es un imaginario de diversión muy fuerte. Esta situación es similar a la encontrada en la investigación de Bogotá que incluía un apartado sobre entretenimiento, en la cual el cine “y los restaurantes resultaron ser los más elegidos, cada una de estas actividades con un promedio de aceptación de casi el 50%” (Silva, 2006, p.223). Así que, el uso del cine es parte significativa de la diversión urbana en Pereira, que satisface la necesidad de tener “equipamientos culturales públicos” (Canclini, 1995, p.61).

Retomando a Silva (2006), se tiene que el cine es un hecho tecnológico que permite materializar en ciertos momentos y por este canal la irrupción de una producción imaginaria. (p.101). De tal manera que cuando los ciudadanos asistimos a cine, podemos ser impactados súbitamente por percepciones estéticas que aparecen de pronto en la pantalla, y a partir de ese momento es posible que se queden habitando dentro de nosotros. En ese sentido las “producciones imaginarias mediadas por las técnicas [...] convierten a la ciudad en depositaria de las fantasías ciudadanas.” (Silva, 2006, p.101).

5.3.12 Califique los siguientes aspectos dependiendo de la frecuencia de su uso. Recitales o conciertos

Dentro del consumo cultural, uno de los eventos masivos donde se reúnen mayor cantidad de ciudadanos son los conciertos. En la tabla comparativa de usos de ciudad se demuestra lo anterior, dado que los ciudadanos los escogieron entre las actividades a las que asisten con más frecuencia.

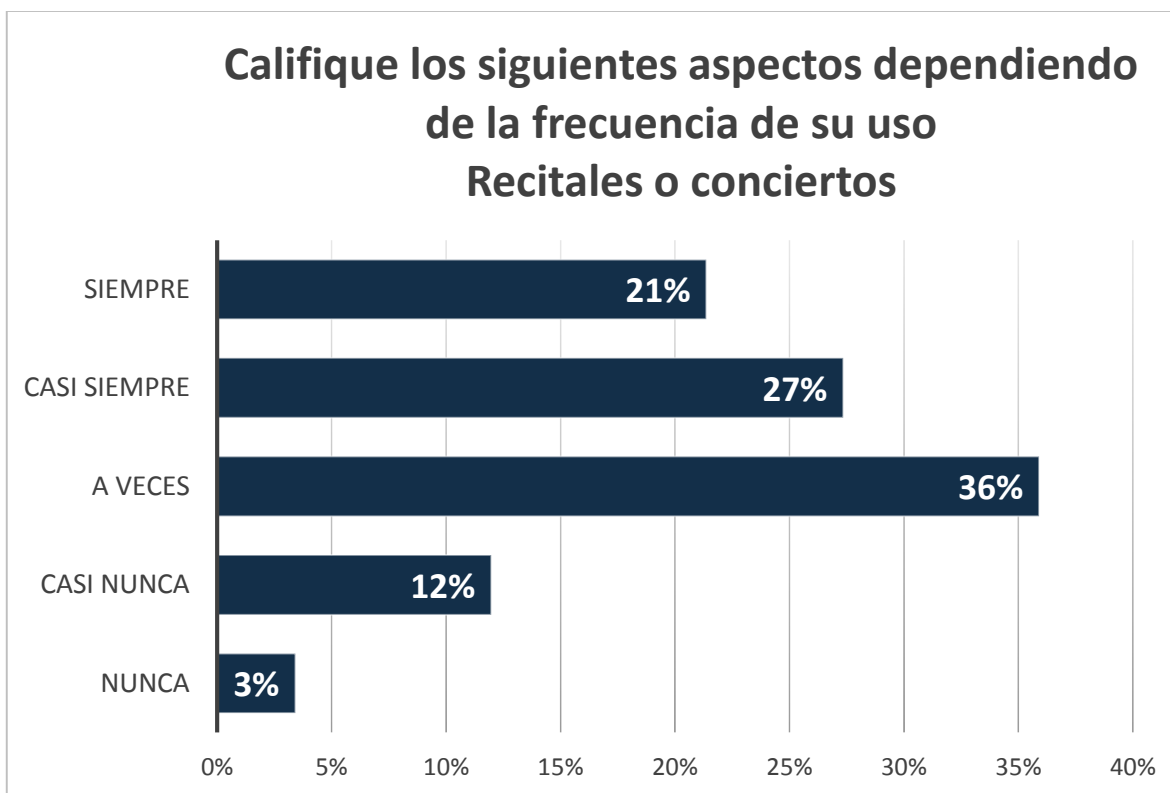


Gráfico 12 Recitales o Conciertos

1. Califique los siguientes aspectos dependiendo de la frecuencia de uso de recitales o conciertos: Nunca 3%, casi nunca 12%, a veces 36%, casi siempre 27%, siempre 21%.

Análisis.

Según los datos, el porcentaje de la población que siempre o casi siempre asiste a conciertos es del 48%, siendo casi la mitad de los encuestados que manifiestan su afición por este tipo de eventos. Quizá una explicación del fenómeno este dada por el rango de edad de la población encuestada, pues muchos de ellos son jóvenes, y por evidencia empírica, los jóvenes son asistentes frecuentes en los conciertos. En contraste con lo anterior, en una investigación de Canclini (1995) los resultados de su investigación en Ciudad de México, mostraban que, en el último año, el “89.2% no había ido a conciertos. Tampoco los espectáculos populares ni las fiestas locales de los barrios parecían interesar en forma periódica a más de 10% de la población.” (p. 61)

Pereira al parecer es una urbe donde se consumen muchos conciertos musicales, pero se necesitaría una profundización en el estudio del fenómeno para comprenderlo

mejor. Por ahora, las cifras indican que un porcentaje alto de ciudadanos asisten frecuentemente a los eventos musicales masivos en esta ciudad.

5.3.13 Califique los siguientes aspectos dependiendo de la frecuencia de su uso. Espectáculos deportivos

Según el diccionario de la RAE espectáculo significa “Función o diversión pública celebrada en un teatro, en un circo o en cualquier otro edificio o lugar en que se congrega la gente para presenciarla.” Lo anterior indica que los espectáculos deportivos exigen el desplazamiento de las personas al escenario de realización del evento, a diferencia de la observación por televisión de las competencias deportivas desde la casa o desde lugares públicos donde se siguen las transmisiones en un televisor. De acuerdo a la comparación de frecuencia de uso entre actividades recreativas, los espectáculos deportivos ocupan lugares bajos en la tabla, dando cuenta de su baja preferencia entre los encuestados, sin hacer distinciones de ninguna índole.

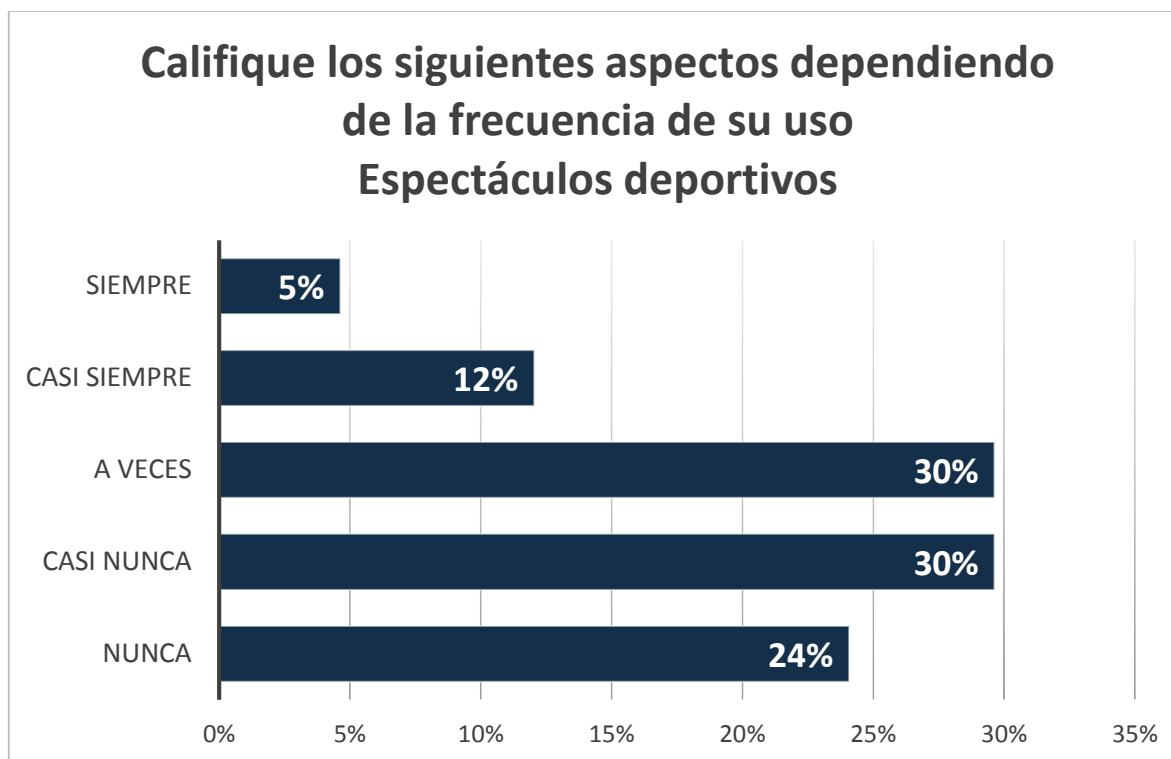


Gráfico 13 Espectáculos deportivos

1. Califique los siguientes aspectos dependiendo de la frecuencia de su uso:
Espectáculos deportivos: Nunca 24%, Casi nunca 30%, A veces 30%, Casi siempre 12%, Siempre 5%.

Análisis.

Sin distinciones de género o de edad se tiene que un poco más de la mitad de la población nunca o casi nunca asiste a espectáculos deportivos, de donde se deduce que el imaginario de ver eventos deportivos en los escenarios del deporte, no existe para la mayoría de los encuestados. Canclini (1995) se pregunta:

¿Por qué las masas van poco a los espectáculos? Una explicación es que existe una tendencia internacional a que descienda la participación en equipamientos públicos (cines, teatros, salones de baile) mientras crece la audiencia de la cultura a domicilio (radio, televisión y video). (p. 62)

Y continúa más adelante cuando habla de la sustitución de “la fraternidad en los estadios por el deporte visto en televisión”. (Garcia.Canclini, 1995, p. 63). En efecto, a causa de los fenómenos de violencia en los escenarios deportivos más populares

donde se practica el fútbol en Colombia, los aficionados a este deporte recurren a las transmisiones por televisión o por Internet.

Todavía se recuerda cuando las familias asistían a espectáculos deportivos con tranquilidad, pero la violencia ha cambiado uso de los sitios y ya no es posible asistir a muchos eventos deportivos en paz como se hacía antes. Una de las soluciones al problema, está dada por la transmisión de los eventos deportivos más populares a través de los medios de comunicación, ya que “la radio y la televisión, [...] están mejor distribuidas en el conjunto de la ciudad, difunden con más facilidad la información y el entretenimiento a todos los sectores.” (Canclini, 1995, p. 63)

5.3.14 Califique los siguientes aspectos dependiendo de la frecuencia de su uso. Juegos electrónicos

Los juegos electrónicos pueden ser una expresión de urbanismo de la mayor importancia. Cualquier ciudadano tiene a disposición en diferentes dispositivos, a cualquier hora, y para variados propósitos: entretenimiento, competencia, aprendizaje. El uso de ellos está más extendido entre las generaciones más jóvenes, y en muchos casos llegan a ser los primeros juguetes que reciben algunos niños en la actualidad.

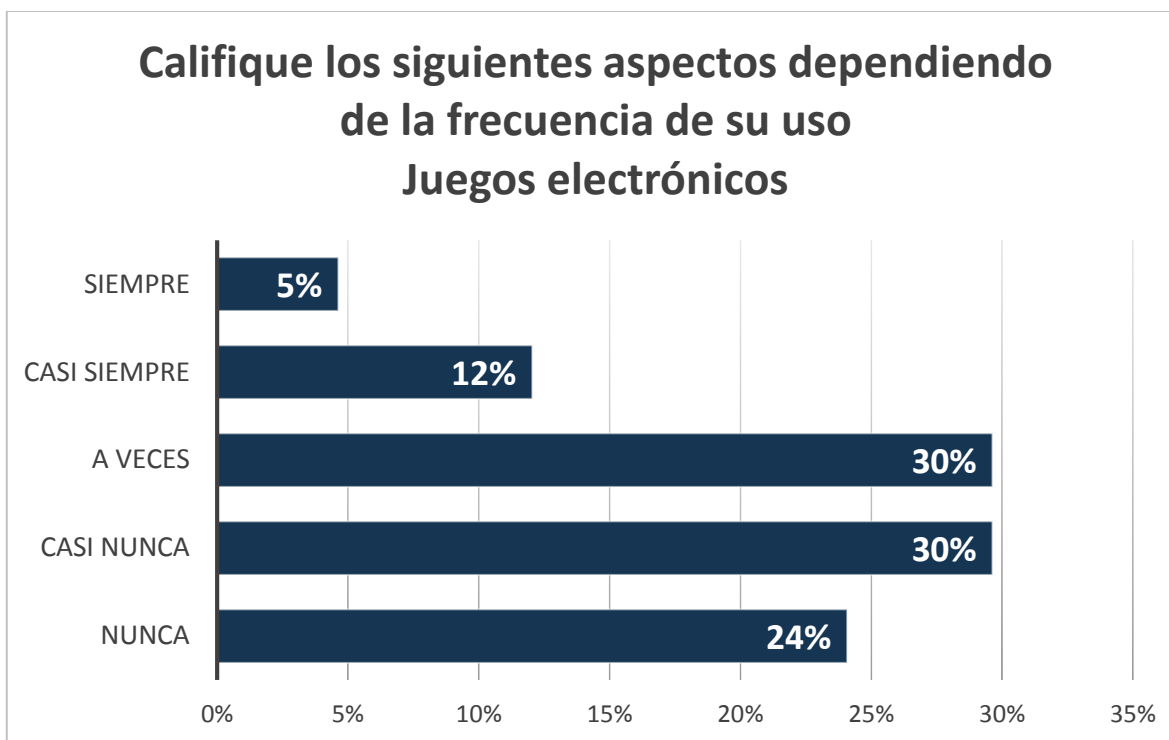


Gráfico 14 Uso de juegos electrónicos

1. Califique los siguientes aspectos dependiendo de la frecuencia de uso de Juegos electrónicos: Nunca 24%, casi nunca 30%, a veces 30%, casi siempre 12%, siempre 5%.

Análisis.

Sin distinciones de género, edad o ninguna otra, un poco más de la mitad de los encuestados manifiesta que casi nunca o nunca usan juegos electrónicos. Para comprender mejor este resultado parece necesario trabajar los microprocesos imaginarios donde se encuentren las explicaciones del fenómeno.

5.3.15 Calificación frecuencia a Teatro

El uso del teatro como actividad de diversión aparece en el penúltimo lugar en la tabla de comparación y demuestra que está lejos de ser un imaginario de diversión para los ciudadanos de Pereira.

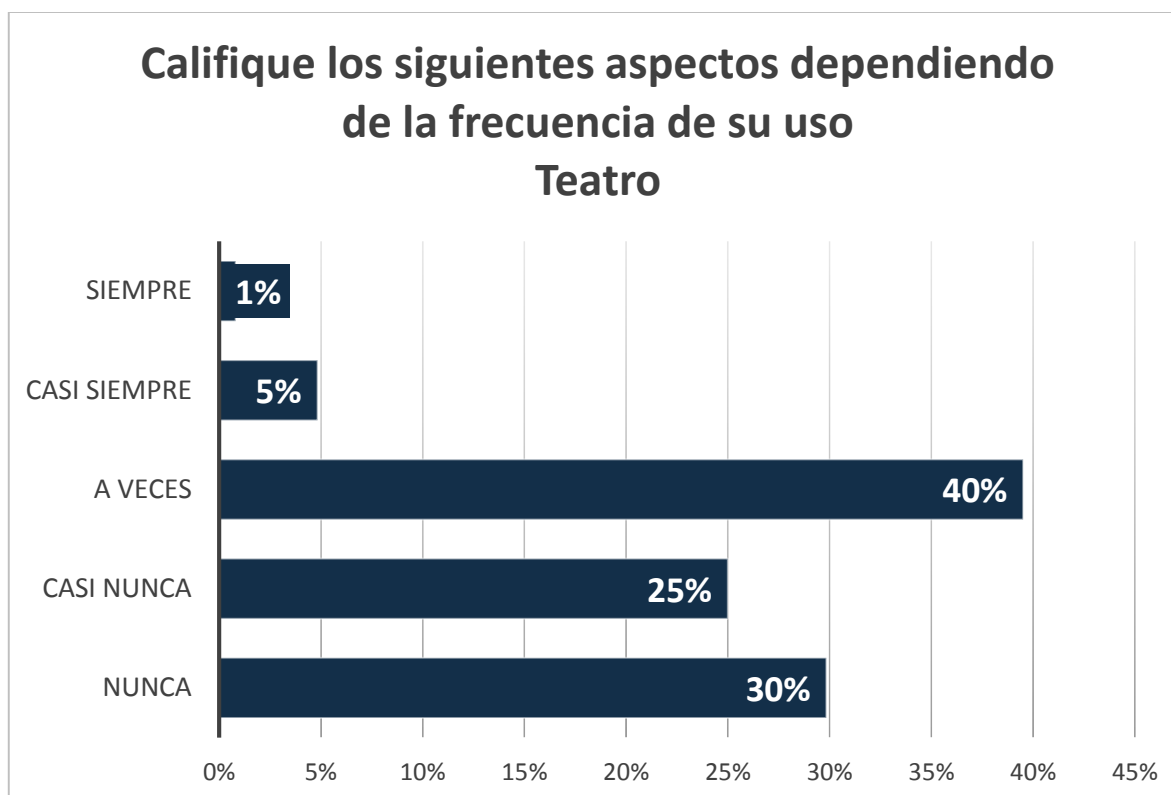


Gráfico 15 Teatro

Fuente: elaboración propia

1. Para los encuestados, la frecuencia de uso del teatro es la siguiente: gran parte de la muestra asiste A veces el 40%, el 30% Nunca, el 25% Casi nunca, el 5% Casi siempre y tan solo el 1% Siempre lo hace.

Análisis: El teatro no ha sido una forma de diversión comúnmente practicada en Pereira, las explicaciones pueden ser variadas pero en el momento vale la pena escuchar las palabras de Canclini (1995) sobre el consumo cultural en México donde encuentra que:

La falta de interés de sectores populares en exposiciones de arte, teatro o cine experimentales, no se debe sólo al débil capital simbólico con que cuentan para

apreciar esos mensajes sino también a la fidelidad a los grupos en los que se insertan. (p.49).

Razón suficiente para que se aplique el concepto aquel de que a las personas no les gusta lo que no comprenden y que, además, la presión de grupo haga alejar a los que sientan curiosidad por estas expresiones de diversión urbana.

Por otra parte, teniendo en cuenta lo dicho por Turner sobre la relación entre “ritual y juego, y entre juego y teatro”, queda por analizar con detenimiento la relación que hacen los Pereiranos entre esas categorías, para saber por qué el teatro no es una actividad preferida por ellos. Porque es posible que prefieran jugar día a día el ‘teatro de la vida’ en el escenario de la ciudad, en vez de observar a otros en un escenario artificial reducido a los rituales que no pueden expresar toda la complejidad de la sociedad.

5.3.16 Califique los siguientes aspectos dependiendo de la frecuencia de su uso. Museos

Los museos son una forma de diversión cultural que lleva los visitantes a tiempos pasados que dejaron huella y marcaron períodos de la historia de un territorio. Sin embargo, en Pereira es la última actividad que escogen los ciudadanos a la hora de divertirse.

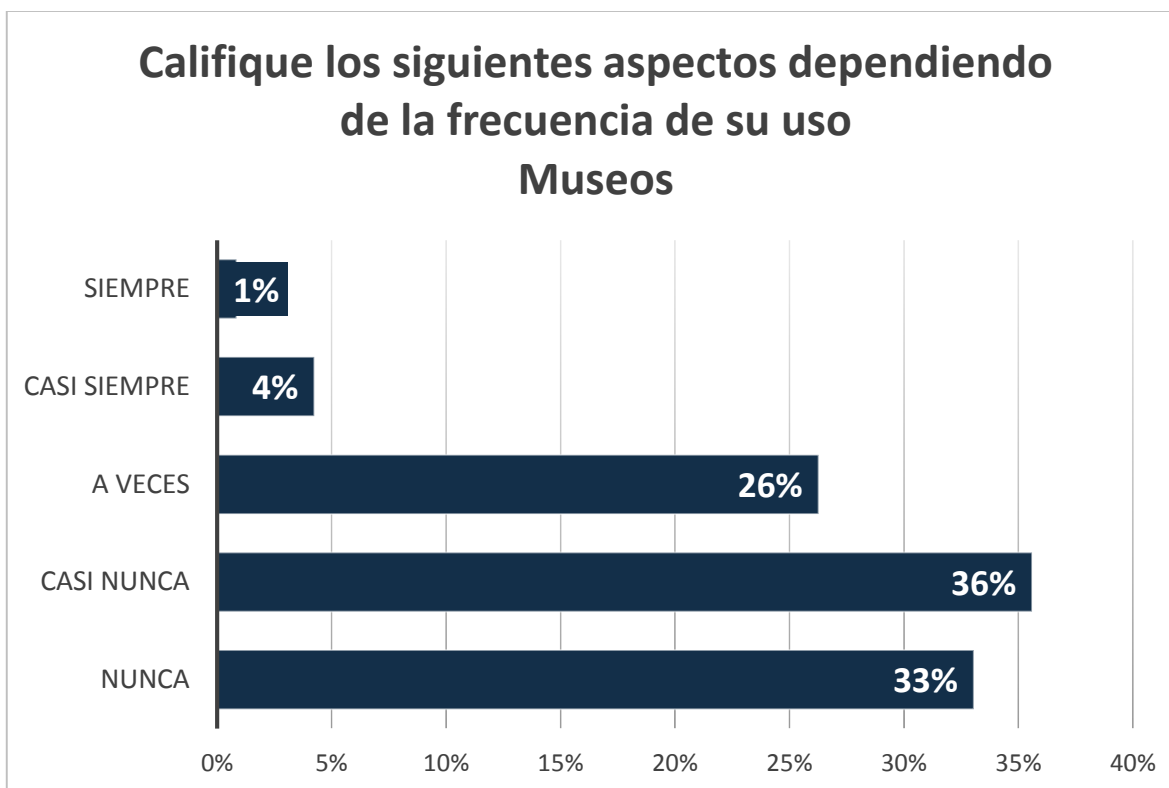


Gráfico 16 Museos

1. Califique los siguientes aspectos dependiendo de la frecuencia de uso de Museos: Nunca 33%, casi nunca 36%, a veces 26%, casi siempre 4%, siempre 1%

Análisis.

La respuesta mayoritaria de que los encuestados nunca o casi nunca asisten a museos, llega al 69%, demuestra que esta, al igual que otras expresiones de entretenimiento cultural, tienen bajo consumo en Pereira. A pesar de que los museos, dentro de sus funciones fundamentales, se dedican a la “protección del patrimonio histórico, [...], y a la promoción de artes tradicionales” (Canclini, 1995, p. 221). Aparte de lo anterior, Canclini (1995) en su análisis afirma que “estas áreas de la cultura están perdiendo público, tienen serias dificultades para sobrevivir si los gobiernos no les brindan respiración artificial” (p. 221). En consecuencia, se deduce que la baja demanda de consumo cultural referido a los museos es una tendencia en muchos

países y, por lo tanto, en Pereira la situación de los imaginarios de uso de museos está en decadencia o por lo menos no está extendido entre sus ciudadanos.

5.3.17 Califique los siguientes aspectos dependiendo de la frecuencia de su uso. Lecturas

La lectura es una actividad intelectual que pone en marcha el conocimiento del mundo desde la perspectiva simbólica, dado que las palabras cargan en su interior los significados formales según los diccionarios de la lengua, pero a la vez esos significados sufren variaciones de acuerdo al contexto donde se utilizan. De ahí que la lectura es un imaginario fundamental para comprender una parte del “capital simbólico” (Canclini, 1995, p. 49) que posee una comunidad.

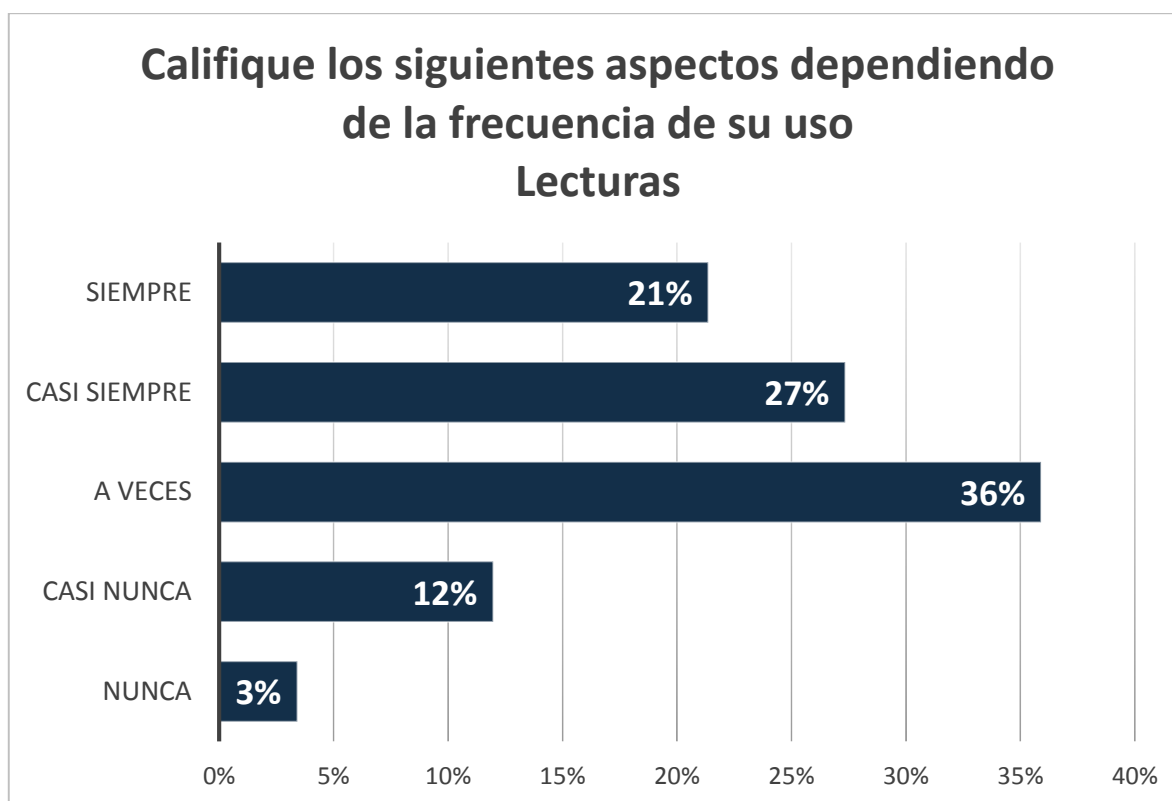


Gráfico 17 Lecturas

1. Califique los siguientes aspectos dependiendo de la frecuencia de uso de Lecturas: Nunca 3%, casi nunca 12%, a veces 36%, casi siempre 27%, siempre 21%.

Análisis.

El porcentaje de aceptación de lecturas de 48% parece alto en el contexto de Pereira, lo cual es esperanzador frente a las expectativas de aumentar el promedio de lectura en la ciudad. Para completar este análisis, merece la pena presentar los datos empíricos del DANE sobre hábitos de lectura en Colombia, que incluyó en su muestra la ciudad de Pereira. “En 2017, en lectura impresa, lo que más leen las personas de 5 años y más, son libros: en el total nacional 51,7%, en las cabeceras municipales 52,4%, en los centros poblados y rural disperso 49,0% y en el promedio de las 32 ciudades 54,6%.” (DANE, 2018)

5.3.18 Califique los siguientes aspectos dependiendo de la frecuencia de su uso. Televisión

La televisión ha sido hasta ahora una de las fortalezas de la industria cultural y su consumo masivo sigue manteniéndose en los primeros lugares del consumo cultural, pues hace parte de la cultura electrónica a domicilio según la denomina Canclini (1995)

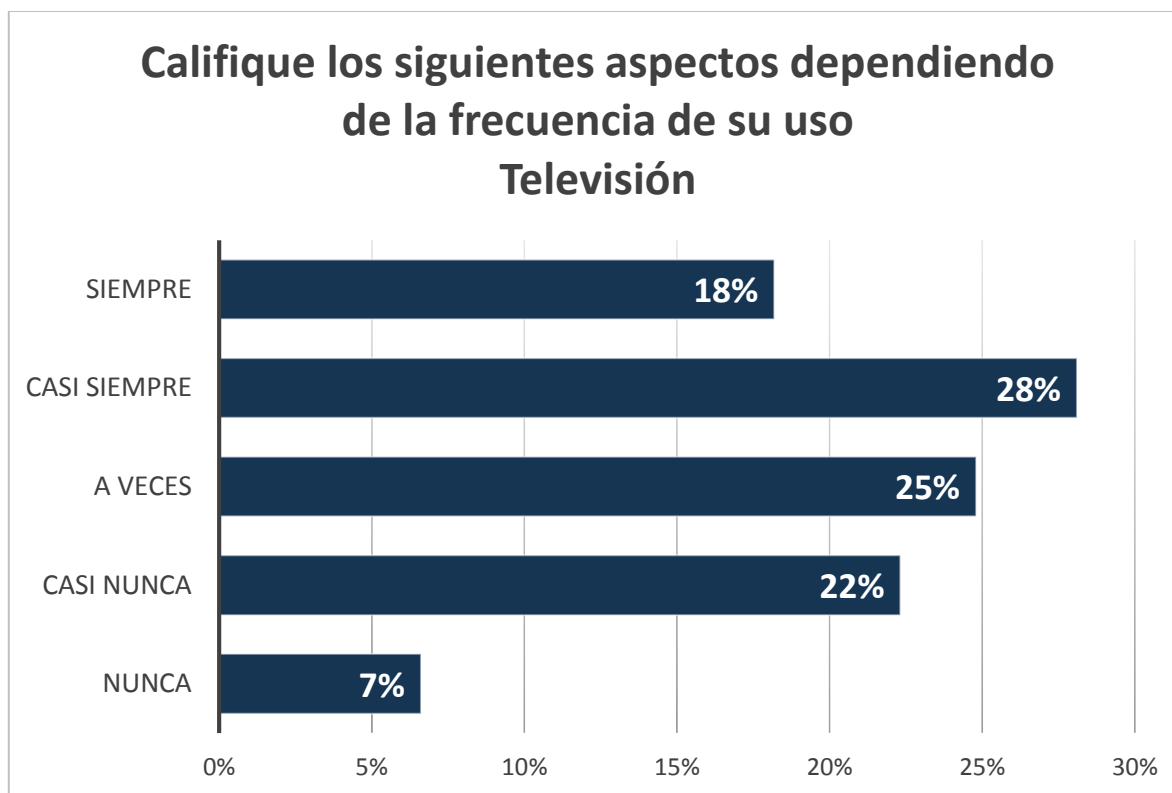


Gráfico 18 Televisión

1. Califique los siguientes aspectos dependiendo de la frecuencia de uso de la Televisión: Nunca 7%, casi nunca 22%, a veces 25%, casi siempre 28%, siempre 18%.

Análisis.

Casi la mitad de la población usa la televisión siempre o casi siempre, lo cual es muy dicente de la fuerza de este imaginario urbano. Muchas son las razones para este consumo, Canclini (1995) señala algunas de ellas: “el predominio de la acción espectacular sobre formas más reflexivas e íntimas de narración, la fascinación por un presente sin memoria y la reducción de las diferencias entre sociedades a una multiculturalidad estandarizada” (p. 35). El imaginario de la televisión se basa en una “estética de la acción” (Canclini, 1995, p. 35) que entretiene en la medida que suceden cosas en la pantalla, de lo cual se genera una fascinación por la dinámica veloz de los acontecimientos y las actividades, en perjuicio de acciones más reflexivas o analíticas.

Los hábitos en el consumo de televisión se han visto afectados por la aparición de ofertas de plataformas tecnológicas como Netflix o Amazon, al respecto se dice: “estamos presenciando en este momento es un cambio en el ecosistema mediático. Hay muchas nuevas pantallas que consumir, con más contenidos y con una audiencia más selecta; que opina, comparte y se identifica con las historias” (Quiceno, 2018). Omar Rincón afirma que “los consumidores actuales son multipantalla, no todo el día están viendo Netflix, los usuarios jóvenes pasan tiempo en la plataforma, pero otro rato acude a los videojuegos y luego chatean” (Quiceno, 2018)

5.3.19 Califique de uno (1) a cinco (5) dependiendo de la frecuencia de uso.

(Escala 1 = nada, 5 = mucho). Radio

La radio es un medio que continúa en uso a pesar de todos los medios alternativos que le compiten su público o audiencia. Dentro de la tabla de comparación de frecuencia de uso de medios, la radio aparece en la parte baja y es indicador de un imaginario que ha perdido fuerza, pero todavía conserva su vigencia.

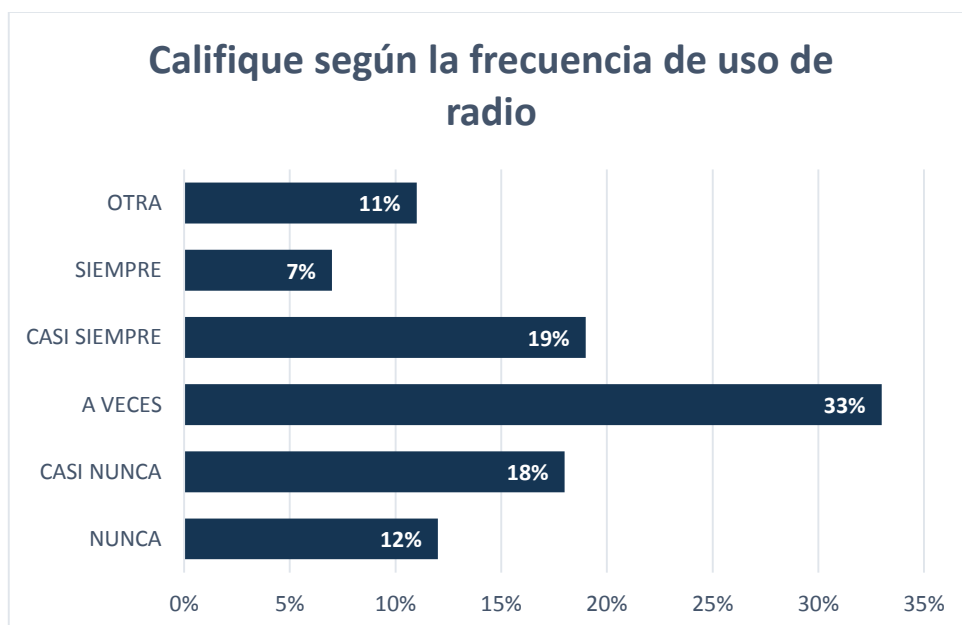


Gráfico 19 La Radio

29. Califique según la frecuencia de uso de radio: Nunca 12%, casi nunca 18%, a veces 33%, casi siempre 19%, siempre 7%, otra 11%.

Análisis.

El 27% de los encuestados manifiesta su aceptación por la radio como medio de información en su vida diaria. La tercera parte de las personas lo usan en ocasiones y el 30% no lo usan en sus rutinas diarias.

La radio también pertenece al circuito sociocultural de la “comunicación masiva” (Canclini, 1995, p. 33), y hace grandes aportes a la “cultura a domicilio” (Canclini, 1995, p. 62). Además, contribuye con otras tecnologías al “avance hacia la desmaterialización de la ciudad y hacia un robustecimiento de lo urbano” (Silva, 2006, p. 68). Donde lo urbano, se manifiesta por medio de tecnologías que posibilitan la representación colectiva de ciudadanos. Por lo cual, no es necesario estar dentro de la ciudad para ser parte de la cultura urbana, pues a cualquier lugar llegan las tecnologías y urbanizan el mundo. Aquí parece útil recordar, que, en los sitios más alejados de la geografía, el medio más poderoso de contacto con la ‘civilización’ es la radio. Por ahora se espera que la radio siga vigente por muchos años más.

Preguntas que consultan Proyecciones Imaginarias: Ensoñaciones

5.3.20 ¿Cuál es el lugar que más le gusta de la ciudad?

La pregunta indaga sobre los sitios que los urbanitas de Pereira perciben con más gusto, porque han dejado en ellos inscripciones psíquicas asociadas a la diversión, a la recreación, al placer en sus recorridos por el territorio urbano. Silva (2006) habla de la construcción de marcas territoriales, que en este caso tienen que ver con la diversión, las cuales aparecen cuando los ciudadanos usan o nombran tales sitios (p. 61)

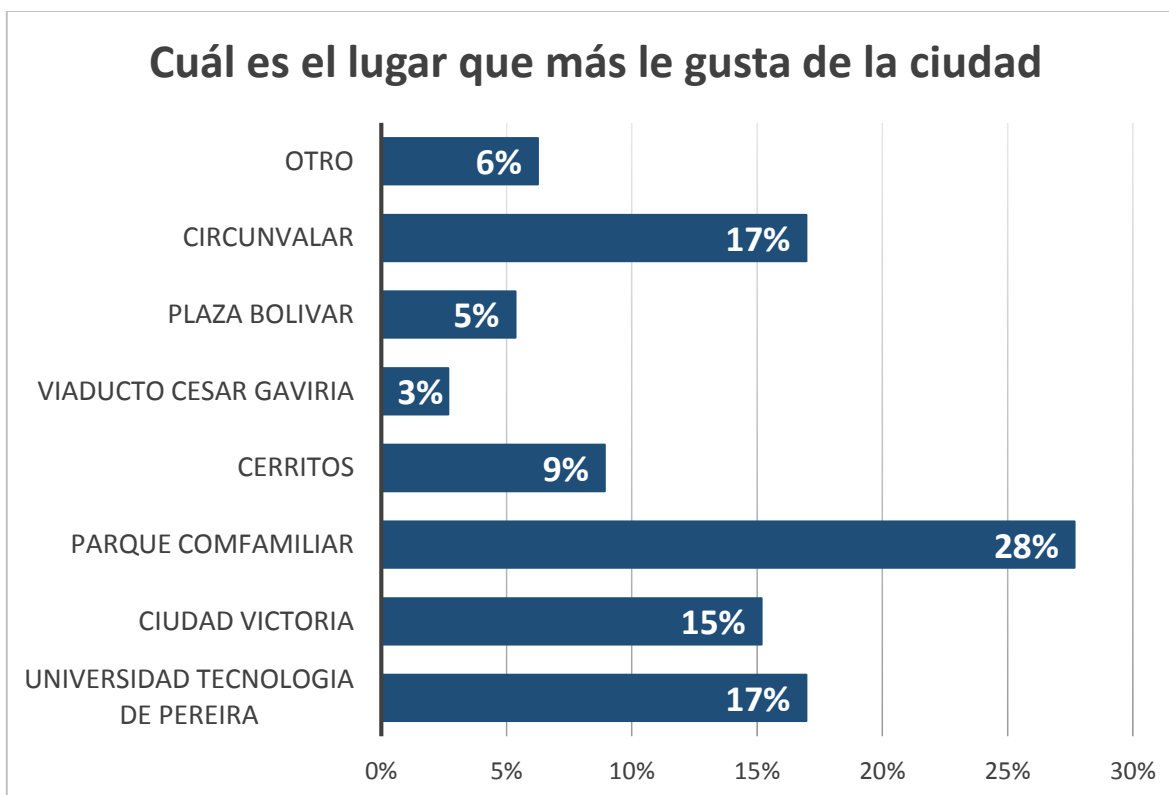


Gráfico 20 Lugares que más gustan

Fuente: elaboración propia

- Esta pregunta, sobre el lugar que más gusta de la ciudad, entrega resultados que concuerdan con los resultados de la pregunta anterior, pues el parque Comfamiliar Consotá, obtiene de nuevo el puntaje mayor en las preferencias con un 28%, en segundo lugar, aparecen la Universidad Tecnológica de Pereira, y la avenida Circunvalar con un 17%. En tercer lugar, el centro comercial Ciudad Victoria que obtuvo el 15%, y luego aparecieron otros sitios como el sector de Cerritos con un 9%, el Viaducto Cesar Gaviria con el 3%, la Plaza Bolívar con el 5% y otros lugares con el 6%.

Análisis: Las respuestas que se entregan sobre el lugar que más gusta en la ciudad, concuerda con las respuestas a la pregunta que pide información sobre los sitios de diversión, sirviendo como una validación mutua entre ambas preguntas, demostrando que los encuestados están realmente identificados con las respuestas

dadas anteriormente. El imaginario aparece aquí como marca psíquica, es decir “momentos en los cuales los sentimientos son dominantes ante la razón.” (Silva, 2006, p. 100)

5.3.21 Zona con mejor olor en Pereira

Este imaginario se ubica en el campo de las ensoñaciones, que depende de “imágenes de fuerte proyección fantástica” (Silva, 2006, p. 185)

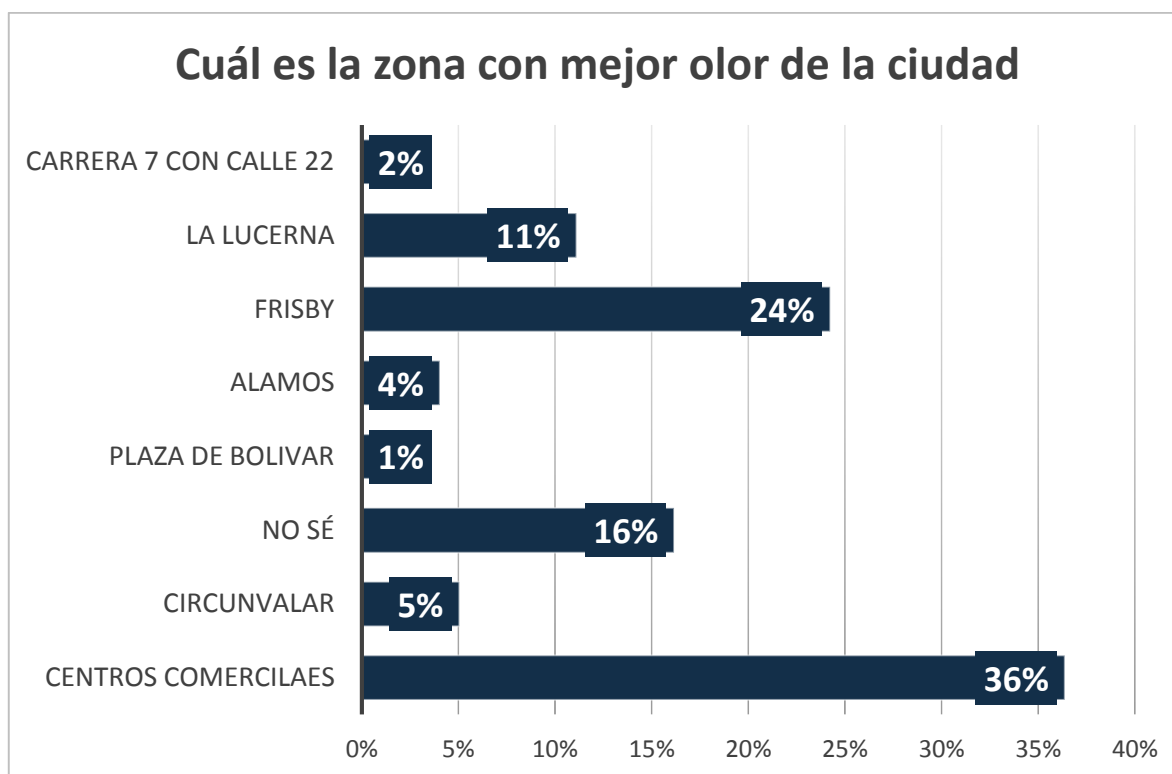


Gráfico 21 Zona con mejor olor

Fuente: elaboración propia

1. La zona con mejor olor de la ciudad, según los resultados son los Centros comerciales con el 36% de los votos, le sigue Frisby con el 26%, luego está la respuesta No sé con el 16%, La Lucerna con el 11%, Circunvalar con el 5%, Álamos con el 4% y finalmente con porcentajes muy cercanos, similares y más bajos La Carrera 7 con calle 22 y La Plaza Bolívar con el 2% y 1% respectivamente.

Análisis: Los centros comerciales son los que huelen mejor en la ciudad, en referencia a esto y según lo encontrado en otras urbes se tiene que existen zonas donde las escalas olfativas, mencionadas por Silva (2006), marcan la ciudad con recuerdos de todo tipo, desde experiencias agradables hasta encuentros con olores nauseabundos. Lo anterior guarda relación directa con los imaginarios urbanos que se crean alrededor de fantasías, al designar, por ejemplo, algunas zonas o calles con nombres metafóricos, como sucede en Bogotá donde la Carrera 15 es denominada la “calle de las mujeres, asociada al hecho de ser la calle de los mejores olores” (p. 187)

5.3.22 La zona más transitada por jóvenes en Pereira

Este es otro imaginario que pertenece a las ensoñaciones urbanas, aunque puede tomar algunos elementos de la realidad para construir los imaginarios.

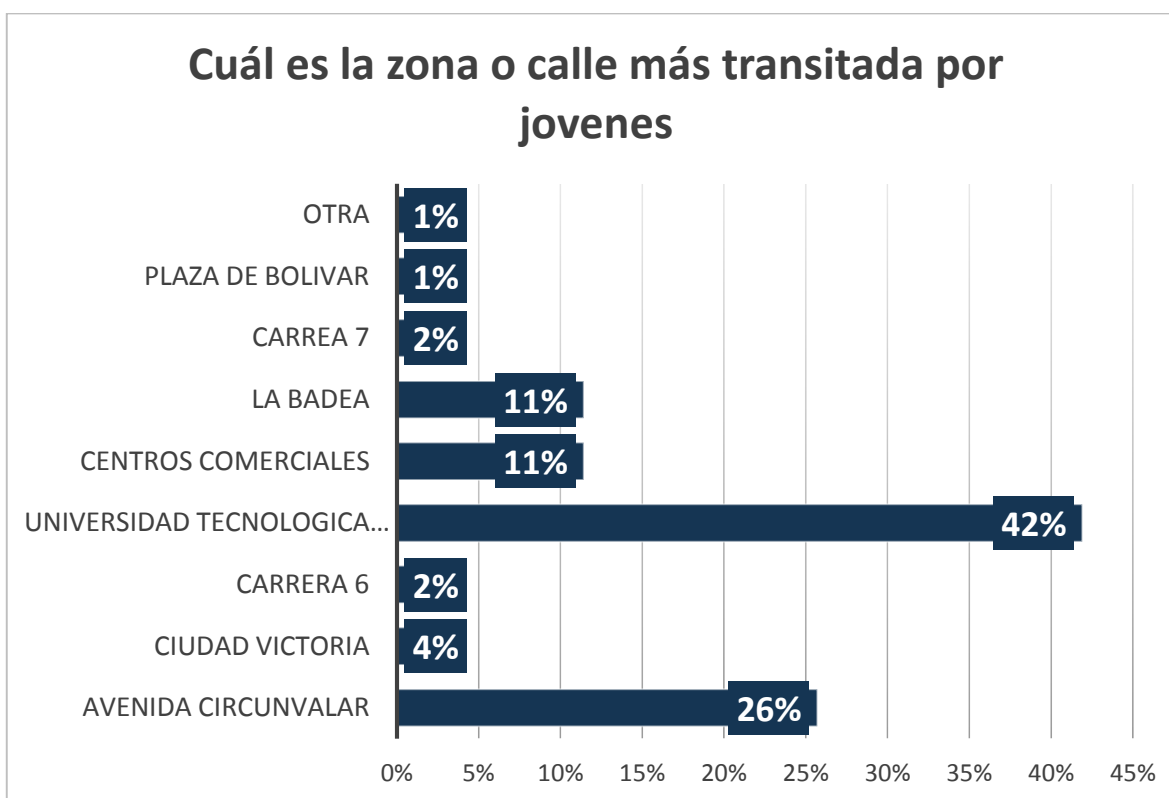


Gráfico 22 Zona de jóvenes

Fuente: elaboración propia

1. Consultando la opinión sobre zonas o calles específicas de la ciudad, se preguntó cuál de estas es la más transitada por personas jóvenes, las respuestas fueron: Avenida Circunvalar 26%, Ciudad Victoria 4%, Carrera 6ta 2%, Universidad Tecnológica de Pereira 42%, Centros Comerciales 11%, La Badea 11%, Carrera Séptima 2%, Plaza de Bolívar 1%, Otra 1%

Análisis: La respuesta se puede sustentar con base en el concepto de territorio con marcas inscritas donde “el mismo uso del espacio [...] (lo) hace inconfundible como patrimonio de un sector social” (Silva, 2006, p. 79), donde cada zona tiene sus propias marcas: la Universidad Tecnológica recibe estudiantes de todas las edades pero la gran mayoría de personas son jóvenes que apenas tienen su documento de identificación por llegar a los 18 años. La Avenida Circunvalar, los Centros comerciales y la Badea como lugares de moda, son frecuentados por la población que se interesa por pertenecer a los grupos de moda, y, en consecuencia, son los principales usuarios de estos territorios.

La identificación de lugares transitados por jóvenes es una “una forma transitoria de expresión,..., [una manera de relatar parte de su propia] sustancia cultural histórica” (Silva, 2006, p. 104), pues los ciudadanos tendrán la posibilidad de construir sus memorias, a partir de las experiencias vividas allí. Es la construcción de un imaginario urbano al reconocer “croquis urbanos por categorías sociales, sexuales o de otra índole, y que en su hacer marcan un modo de asumir los recorridos urbanos.” (Silva, 2006, p. 157)

5.3.23 ¿Cuál es la calle o zona más transitada por viejos?

El reconocimiento entre personas que pertenecen al mismo grupo social, permite la interacción y el crecimiento individual y grupal.

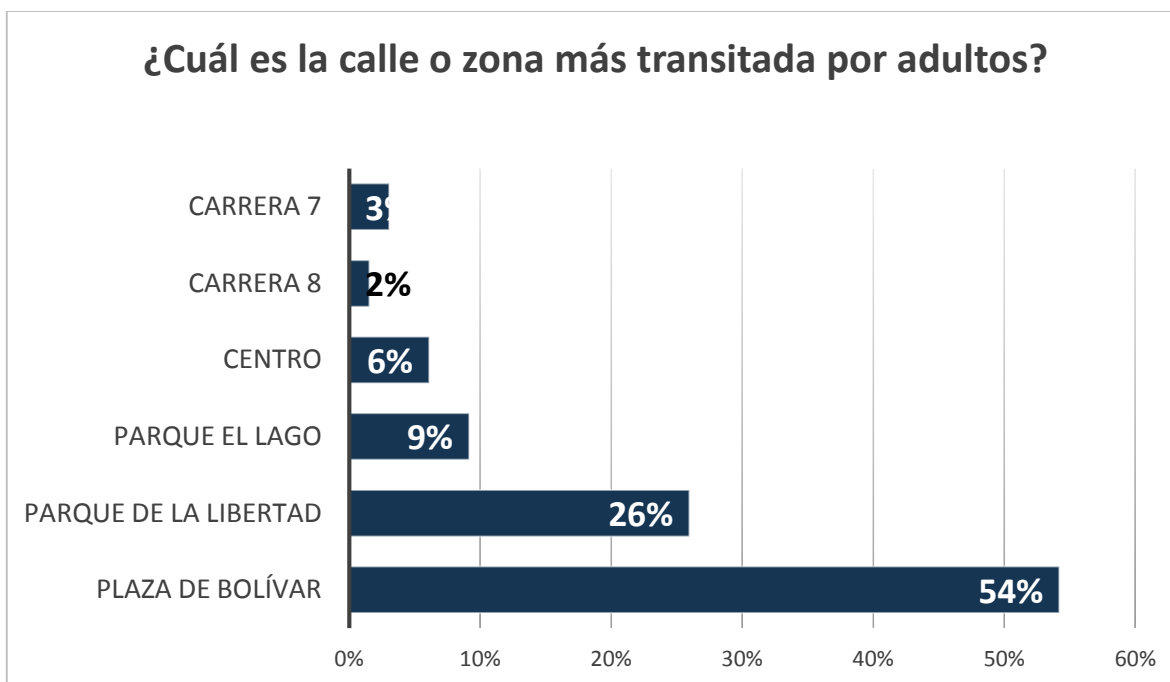


Gráfico 23 Zona transitada por adultos

1. ¿Cuál es la calle o zona más transitada por adultos?

Plaza de Bolívar 54%, Parque de la libertad 26%, Parque el lago 9%, Centro 6%, Carrera 8ª 2%, Carrera 7ª 3%.

Análisis.

Al igual que los jóvenes, los viejos también poseen sus propios territorios en la ciudad, que han ido marcando a través de “un conjunto de prácticas que en su conjunto [manifiestan] ser construidas por unos sujetos territoriales, que han seguido un proceso de actualización para reconocerse en esa misma experiencia social.” (Silva, 2006, p. 80). Las prácticas sociales de este grupo social suelen ser la conversación, el juego de ajedrez, la observación de los caminantes de los ciudadanos, la interacción con palomas, vendedores, y hasta comerciantes de sexo.

5.3.24 Actividades que le gustaría hacer en el tiempo libre

Los anhelos y objetos del deseo que menciona Silva (2016), se convierten en imaginarios urbanos cuando grupos de personas coinciden en los mismos objetos del deseo. Así que, la pregunta sobre las actividades que desean realizar los ciudadanos, entrega información valiosa sobre estos imaginarios.

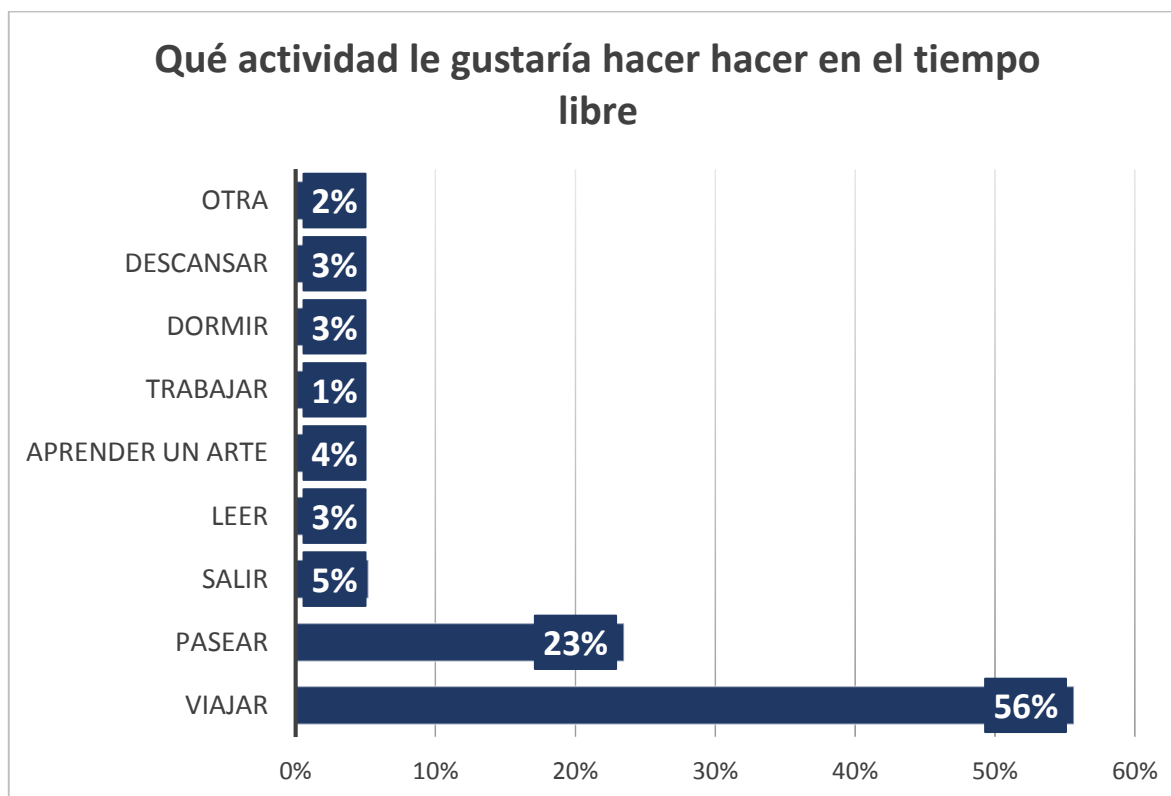


Gráfico 24 ¿Qué le gustaría hacer en el tiempo libre?

Fuente: elaboración propia

1. A la pregunta sobre las actividades que le gustaría hacer en el tiempo libre las respuestas fueron: Viajar 56%, Pasear 23%, Salir 5%, Leer 3%, Aprender un arte 4%, Trabajar 1%, Dormir 3%, Descansar 3%, Otra 2%.

Análisis: las 2 actividades que más quisieran hacer los ciudadanos según la encuesta son: viajar y pasear con casi el 80% de las preferencias, lo que indica que piensan en ellas como sus deseos a realizar. Ninguna otra actividad les genera

emociones porque no las incluyen dentro de actividades alternativas para crear experiencias agradables.

Aquí se aplica completamente la frase de Silva donde expresa que los imaginarios urbanos sirven para conocer lo “que está por fuera del marco de la racionalidad positiva, para enmarcar los sentimientos, los deseos ciudadanos”. Pues la pregunta saca a la luz los anhelos colectivos de los Pereiranos con respecto al uso del tiempo libre. El conocimiento de los deseos ciudadanos corresponde a “una nueva antropología del deseo ciudadano y de ahí su dimensión estética” (Silva, 2006, p. 9). Es decir, cuando un colectivo de personas expresa deseos de cualquier índole, se configura un registro de datos que tienen que ver con las sensaciones o percepciones urbanas, y, en consecuencia, es un material que se estudia en primer lugar desde la estética.

El imaginario urbano parece surgir de la evocación cuando “se piensa en recuerdos, o bien en imágenes retorizadas” (Silva, 2006, p. 156), que tuvieron un impacto en la vida de las personas, y serían experiencias que se buscan para revivir el placer que se obtuvo antes.

Preguntas sobre Proyecciones Imaginarias: Identidad

5.3.25 Color de la ciudad

El color de la ciudad tiene que ver con una marca psíquica que surge de “representaciones colectivas [...] de un mundo cromático de color urbano” (Silva, 2006, p. 31), que se forma de diversas maneras. En Pereira existe libertad para que sus habitantes utilicen los colores que deseen en las distintas construcciones. A diferencia de espacios urbanos que tienen designado un color específico en las edificaciones, para conservar la uniformidad de espacios que mantienen una tradición arquitectónica especial, no solo en las zonas históricas de las ciudades, sino también en los conjuntos cerrados bajo administración, donde no se pueden cambiar los colores externos, por los reglamentos de estas propiedades.

Así que el color de la ciudad que perciben los urbanitas de Pereira, es un tema de gran interés que producen imaginarios urbanos que merecen la pena conocerlos, porque ayudan a comprender fenómenos asociados con la diversión de esta ciudad.

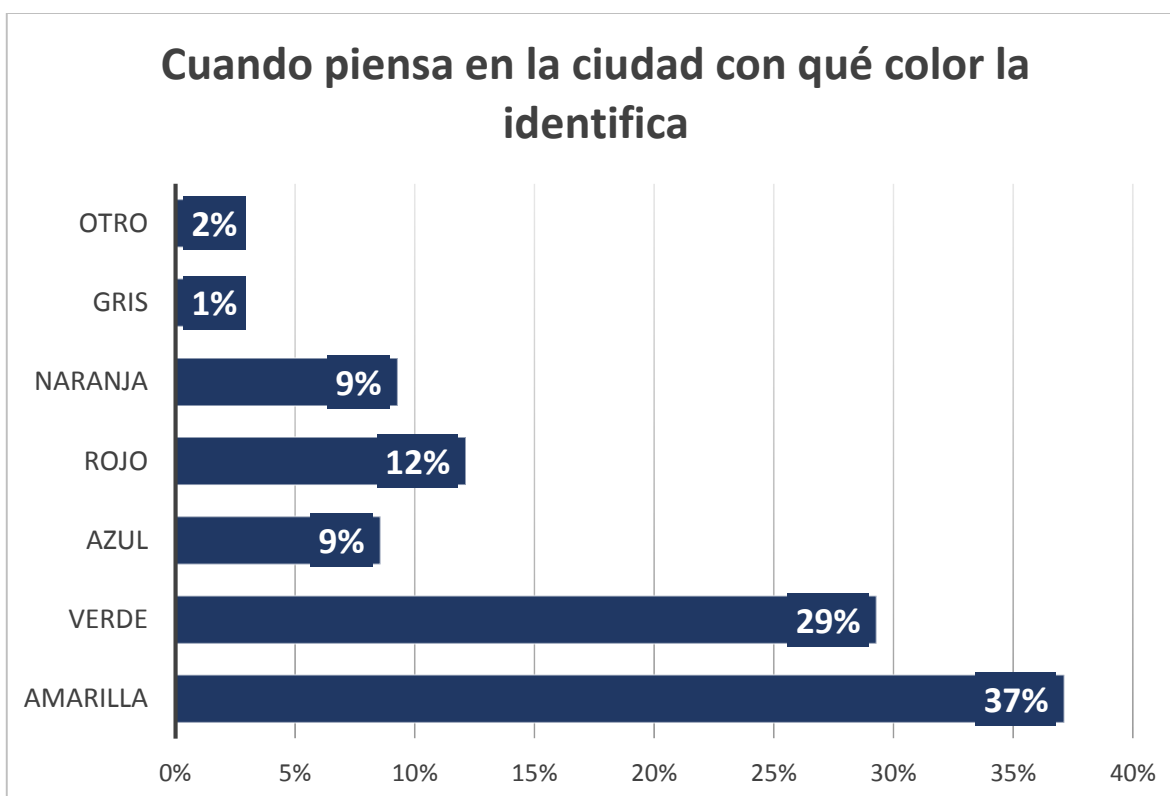


Gráfico 25 Color de la ciudad

Fuente: elaboración propia

3. A la pregunta sobre el color que identifica la ciudad las respuestas arrojaron los siguientes resultados: Amarilla 37%, Verde 29%, Azul 9%, Rojo 12%, Naranja 9%, Gris 1%, Otro 2%.

Análisis: La percepción del color en la ciudad presenta un reto cognitivo donde se debe acudir a diferentes ciencias para encontrar respuestas satisfactorias sobre el asunto. Con respecto a este punto Silva sostiene que:

Si en la segmentación social del espacio de una ciudad los habitantes ubican un color como el color de la ciudad, este color por fuerza de los hechos no puede ser un simple dato empírico, ya que el color de una ciudad siempre posee un gran espacio de formación imaginaria (Silva, 2006, p. 113).

Desde la Física se explica que los colores tienen relación con la velocidad de las ondas de luz correspondientes, donde algunos colores como el rojo presentan ondas

más lentas que el amarillo, por citar un ejemplo. Una analogía muy explicativa de los colores establece una relación de los colores con las notas musicales:

Lo que equivale el rojo en cuanto color, en la música como sonido es el tambor; por esto mismo en nuestro audiovisual la parte roja de la expresión popular la acompañamos con sonidos percusivos; la azul de los decorados, con música de cuerdas, como el violín, y la amarilla, de acciones de trabajo, deporte y otras actividades recreativas, apareció acompañada con instrumentos de aire como la trompeta. (Silva, 2006, p. 179)

La Sinestesia es una “condición neurológica en la cual la estimulación de un sentido causa la activación involuntaria de un sentido distinto”. (Viskontas, 2017, p. 98). Algunas formas de Sinestesia “incluyen asociar sonidos con colores, de tal forma que un carro que pita podría evocar el color azul, o los sonidos podrían evocar sensaciones táctiles; o palabras evocan sabores, tal como la palabra ‘soccer’ podría evocar el sabor del banano.” (Viskontas, 2017, p. 98). En la relación de la música con los colores presentada arriba, se incluyen algunos de ellos y otros no aparecen en el momento, pero quizá pronto se van a descubrir estas relaciones. Sin embargo, los aportes del texto son significativos para comprender la percepción del color, especialmente en relación con otros sentidos, lo que al final modifican las experiencias sensoriales.

De los textos anteriores, se rescata el punto que señala el color amarillo asociado con deporte y actividades recreativas, que demuestra la visión divertida que tienen los ciudadanos sobre Pereira. Sin embargo, queda mucho por estudiar al respecto porque el “color no es sólo un problema material, sino complejo, psicológico, cultural y social.” (Silva, 2006, p. 180)

Es casi evidente deducir que el color verde surge como imaginario, influenciado por el paisaje que rodea la ciudad, donde el verde de la naturaleza está por todas partes e impacta las actividades urbanas. Sin embargo, el rápido crecimiento de la ciudad en zonas donde las condiciones de pobreza dejan pocas zonas verdes para el disfrute de los ciudadanos, podría cambiar la percepción del color en el futuro.

Adicional a lo anterior, se tiene que: “la asociación color/sentimiento atribuida al rojo anaranjado y al amarillo fue de excitación. Asociados al gris, encontramos sentimientos de tristeza. Al verde y azul, de bienestar y tranquilidad.” (Castelli F., p. 2). De lo cual, se

deduce que Pereira es una ciudad que se percibe excitante, capaz de traer bienestar y tranquilidad a sus habitantes.

Así pues, en la percepción del color de Pereira se presenta un imaginario urbano que resulta de la marca psíquica que sugiere una ciudad divertida, tranquila y a la vez, con expresiones de vida urbana excitante.

5.3.26 Carácter de los Pereiranos

Conocer de los urbanitas de Pereira la percepción de su propio carácter o forma de ser, puede mejorar la comprensión de fenómenos sociales que afectan la convivencia en la ciudad.

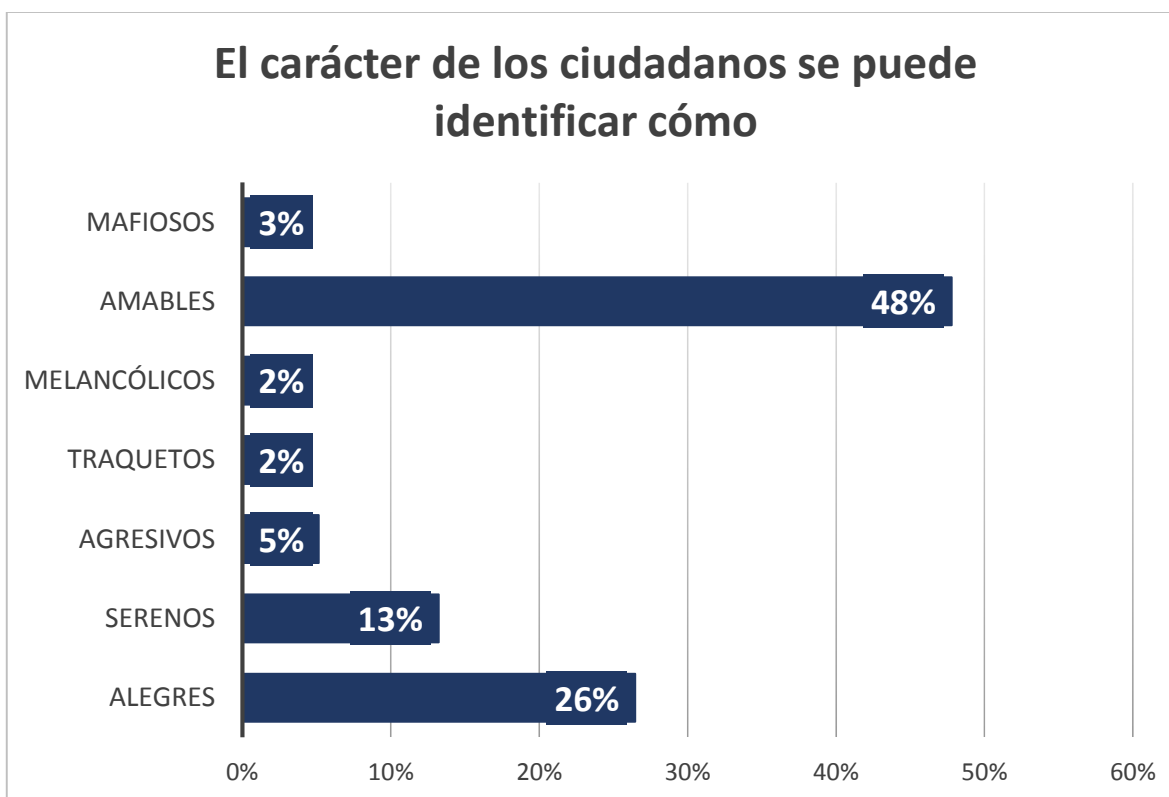


Gráfico 26 Carácter de los ciudadanos

Fuente: elaboración propia

1. Los habitantes de Pereira son percibidos como: Alegres 26%, Serenos 13%, Agresivos 5%, Traquetos 2%, Melancólicos 2%, Amables 48%, Mafiosos 3%.

Análisis: La “propia urbanidad o personalidad de la ciudad” surge de la mezcla, e incluso del procesamiento, de “hábitos, percepciones, historias” (Silva, 2006:69), dando como resultado un carácter o forma de ser de los ciudadanos. De donde se identifican algunas características a saber: los hábitos de Pereira tienen que ver con una ciudad dedicada principalmente al comercio que requiere de las personas un trato apropiado para cautivar los clientes; las percepciones del carácter colectivo se difunden socialmente no solo entre los ciudadanos locales, sino que se reciben de los visitantes que se relacionan con ellos; y las historias tienen que ver con el proceso de colonización antioqueña, de donde proviene la mayoría de sus habitantes, y las migraciones internas de familias que han llegado a su territorio, debido a los fenómenos de violencia del país.

Para comprender estos resultados se pretende utilizar el esquema de Silva donde una de las instancias de los imaginarios funciona como construcción social de la realidad o sea “aquellas representaciones colectivas que rigen los procesos de identificación social y con los cuales interactuamos en nuestras culturas haciendo de ellos unos modos particulares de comunicarnos e interactuar socialmente”. (Silva, 2006, p. 104). Entonces los Pereiranos se ven a sí mismos como ciudadanos amables, alegres y serenos, dejando atrás la imagen de querendones y trasnochadores, que asumieron muchos años atrás.

5.3.27 Palabra con la cual identifica la ciudad

Para el conocimiento estético de Pereira se incluye una pregunta que consulta la percepción de la ciudad a través de las palabras que se usan para identificarla. Silva (2006) propone que, al trabajar la información lingüística, se debe prestar atención al contexto donde se usan las palabras porque “lo imaginario afecta los procesos reales y empíricos de percepción” (p. 249), y, por lo tanto, “el uso del lenguaje debe someterse a un proceso de ‘cualificación’.” (Silva, 2006, p. 249)

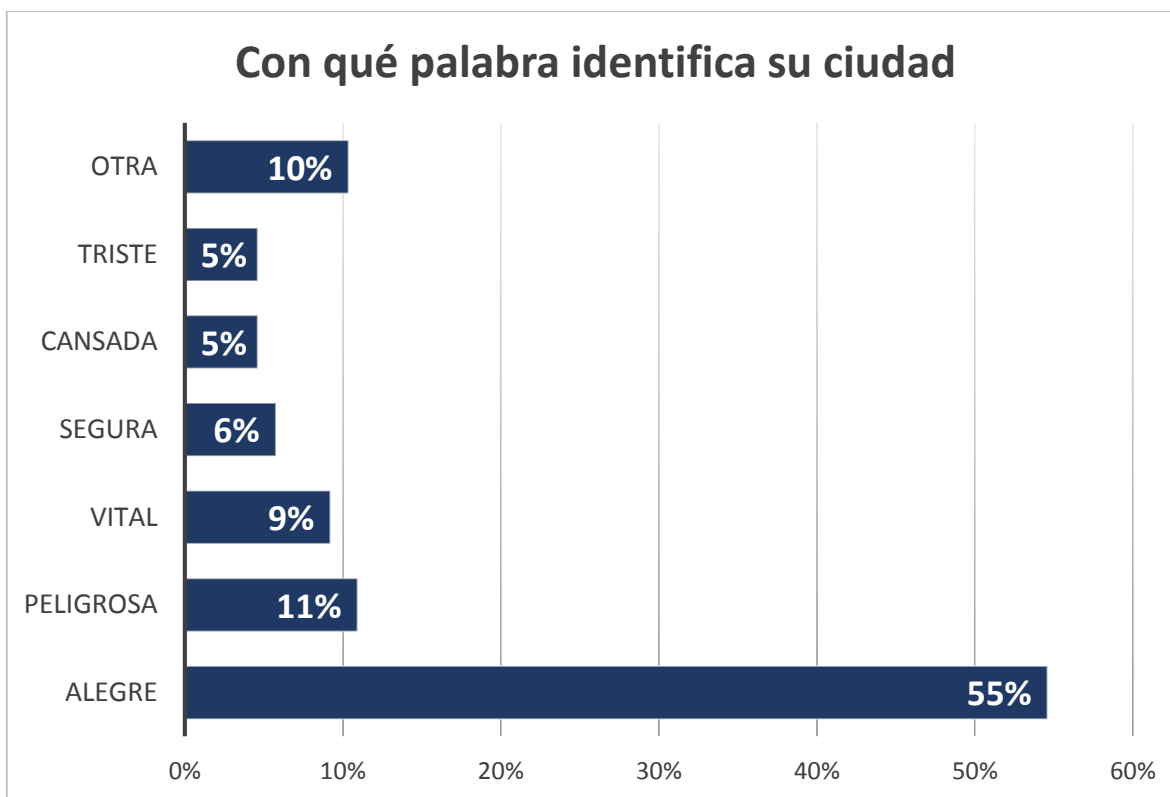


Gráfico 27 Palabra que identifica la ciudad

Fuente: elaboración propia

1. Con respecto a la palabra que identifica la ciudad de Pereira se tiene lo siguiente: Alegre 55%, Peligrosa 11%, Vital 9%, Segura 6%, Cansada 5%, Triste 5%, Otra 10%.

Análisis:

El puntaje de 55% que le asignan los habitantes de Pereira al carácter alegre de la ciudad, con una distancia porcentual muy grande con la otra característica que perciben como ciudad peligrosa, muestra dos realidades que deben manejar los ciudadanos. Por un lado, la diversión está garantizada en diferentes sitios, pero a la vez y como contradicción indeseable, la sensación de peligro latente, está presente en medio de la diversión de la ciudad. En relación con lo anterior, una oficina que recoge la percepción ciudadana sobre diversos temas, de la administración municipal de Pereira, publicó los resultados de una encuesta donde muestra que el 18% de los ciudadanos se sienten inseguros, especialmente en sitios de diversión donde se ofrece

licor. Otro tema de la encuesta es el optimismo de los Pereiranos sobre el rumbo de la ciudad. Adicionalmente, el orgullo y la satisfacción marcan puntajes muy altos en la encuesta, 80%. Entonces, según los datos de la encuesta, quitándole el carácter de publicidad política que puede tener, y con los datos recogidos en este estudio, se puede concluir que la ciudad despierta emociones que mantiene la gente con un estado de ánimo alto, pero también se infiere que el licor es responsable de desencadenar peligros urbanos en sitios predominantemente nocturnos como bares, discotecas y billares.

La evocación de Pereira permite reconocer su carácter mediante el imaginario urbano de ciudad alegre, pero a la vez peligrosa. El imaginario de ciudad vital parece estar extendiéndose entre sus habitantes.

5.3.28 Tiempo con el que identifica la ciudad

El uso de la ciudad tiene que ver con el tiempo que identifican los urbanitas para realizar actividades ciudadanas. Aquí se pretende conocer el imaginario urbano sobre las “segmentaciones del tiempo” (Silva, 2006, p. 324) es decir, la organización del tiempo que les permite vivir en la ciudad, y compartir disfrutar de la vida social.

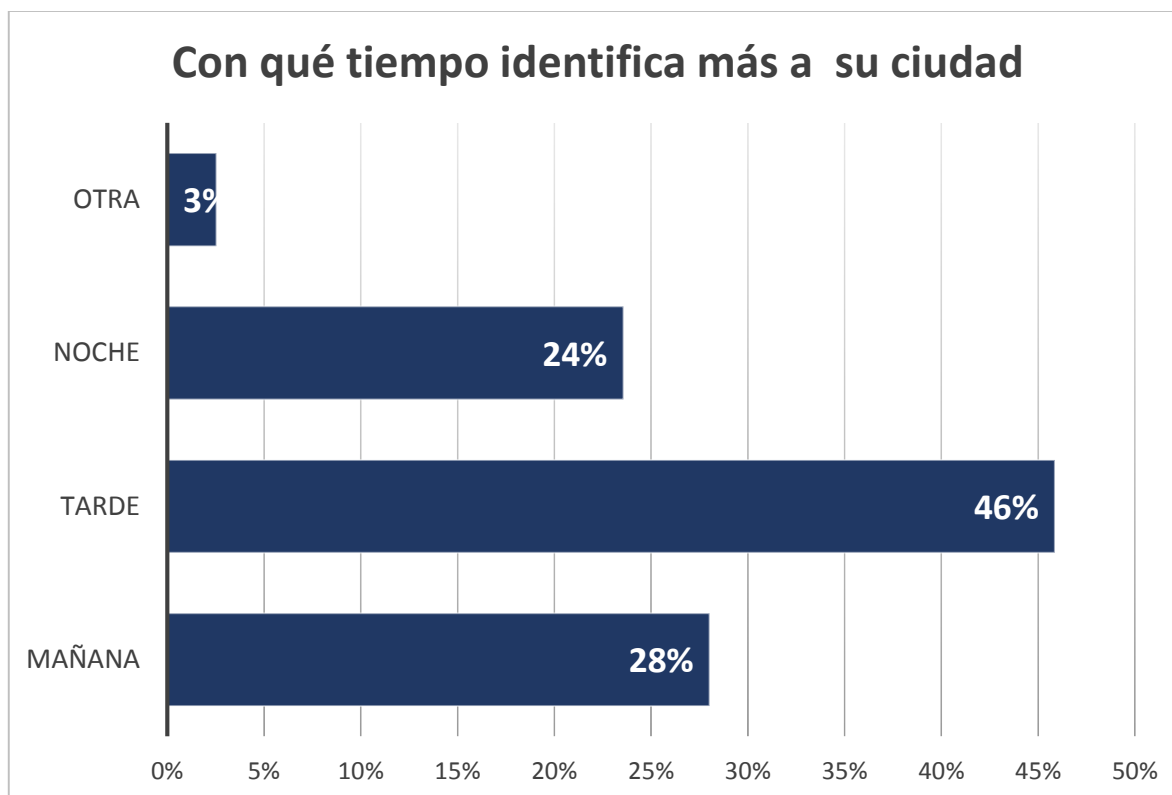


Gráfico 28 Tiempo que identifica la ciudad

Fuente: elaboración propia

1. Sobre el tiempo que identifica la ciudad de Pereira, las respuestas son: Mañana 28%, Tarde 46%, Noche 24%, Otra 3%

Análisis:

La ciudad ha sido conocida como la “Querendona, Trasnochadora y Morena”, para denotar la oferta de actividades de diversión nocturna en bares y discotecas de la ciudad, adicional a la amabilidad y alegría de sus gentes. Esta frase la hizo conocer por su vida bohemia y ayudó a crear un imaginario de ciudad con “un modo de vida que se aparta de las normas y convenciones sociales, como el atribuido a los artistas” (RAE). Es útil recordar que fue el poeta Pereirano, Luis Carlos González, quien la bautizó así, y desde sus tiempos sirvió como reconocimiento de la ciudad, generando orgullo e identidad de sus habitantes.

En tiempos más recientes y en reacción a la reputación de ciudad de rumba, en el concejo municipal se propuso una nueva frase para renombrarla como “Pereira,

inteligente, emprendedora y cordial, [porque el objetivo es posicionar] una frase que proyecte [la Ciudad] al futuro, que le quite el estigma a sus mujeres y que la aparte del concepto ‘de una sola rumba’” (Rotavista, 2013). De hecho, los datos recolectados en el presente estudio, muestran que la gente percibe muchos más elementos para aprovechar en su ciudad, aparte de la diversión nocturna.

Quizá el desarrollo intenso de actividades económicas durante el día ha hecho nacer y crecer “un imaginario [de Pereira] que anula su representación nocturna.” Porque actualmente, y durante los días laborales, muchas personas tienen la rutina de acostarse temprano para madrugar al otro día a trabajar. Solo los fines de semana, tienen la oportunidad de salir a disfrutar de la vida nocturna. Así se ha dado una “transición [de Pereira bohemia] a Pereira acogedora, en movimiento”, donde las costumbres de los ciudadanos se han modificado hasta en los hábitos del sueño. (Hurtado Tabares, 2011, pág. 31).

A partir del análisis en este apartado, se concluye que la ciudad se usa principalmente en la tarde y la mañana, lo cual coincide con los datos recogidos sobre los sitios de diversión con mayor puntaje: los parques Consotá y Ukumarí que funcionan a mañana y tarde, luego están los centros Comerciales Victoria, Arboleda que tienen horario extendido hasta la noche en algunos de sus negocios, la 14 con horario hasta las primeras horas de la noche y el Parque Metropolitano del Café, que es totalmente diurno.

Un informante que puede ofrecer información fidedigna sobre el tiempo que identifica a Pereira, por ser conductor de taxi, expresa que la vida nocturna de la ciudad ha disminuido hasta un punto que solo los fines de semana se registra un movimiento suficientemente numeroso hacia los sitios de diversión. Dentro de sus explicaciones sobre el asunto comenta que el nuevo código de policía que sanciona conductas relacionadas con el consumo de alcohol y sustancias psicoactivas, tiene mucho que ver con la aparición de este fenómeno.

De nuevo el imaginario urbano surge de una marca psíquica, donde las experiencias ciudadanas registran a Pereira como una ciudad para vivir principalmente por la tarde, luego por la mañana y finalmente por la noche.

Como nota final es bueno considerar que “el imaginario dominante en el mundo es el miedo, y el miedo genera acción, no es que yo tenga miedo y no actúe, si hay miedo yo actúo” (Silva, CIESPAL, 2016). En una encuesta de Silva sobre imaginarios aplicada en 102 ciudades del mundo, el resultado fue que, en 98 de ellas, el imaginario dominante era el miedo. (Silva, CIESPAL, 2016)

5.3.29 La zona más alegre de Pereira

Este es un imaginario relacionado con la identidad donde las personas expresan la manera en que se perciben a sí mismos.

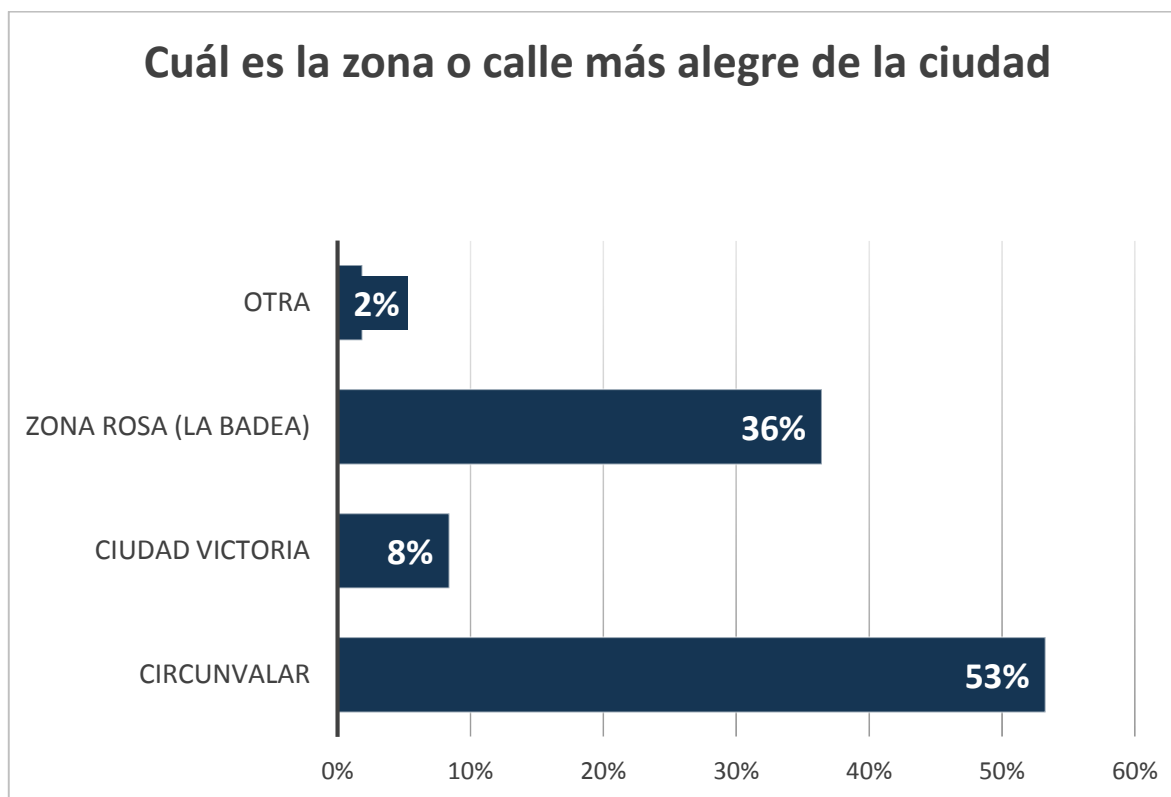


Gráfico 29 Zona más alegre de la ciudad

Fuente: elaboración propia

1. Se les brindó a los encuestados tres opciones y una opción libre para que eligieran cuál consideran es la zona o calle más alegre de la ciudad, las

opciones con sus respectivos resultados son las siguientes: Circunvalar 53%, Ciudad Victoria 8%, Zona Rosa (La badea) 36%, Otra 2%

Análisis: La percepción de la zona más alegre depende de los ‘croquis urbanos’ elaborados por los colectivos sociales que recorren su ciudad. Sin embargo, tales imaginarios se pueden explicar muy fácilmente, tomando en consideración el hecho que allí se ubican un gran número de bares, restaurantes, y otros lugares dedicados a la diversión y el ocio ciudadano. La inclusión de la Zona Rosa de la Badea dentro de las respuestas, seguramente se debe a una confusión respecto a la división territorial del Área Metropolitana Centro Occidente, que ubica a la Badea dentro del municipio de Dosquebradas, y no dentro de Pereira, por lo cual estas respuestas no son relevantes para responder dicha pregunta.

5.4 Relación de los datos con el marco teórico.

Con base en los datos recolectados en el presente estudio se pueden presentar los varios temas.

La formulación estética de Silva: ‘ver, oler, oír, pasear, detenerse, recordar, representar los atributos de una ciudad’, permitió crear un marco de análisis para los datos, parece pertinente para estudiar los fenómenos de la diversión. En la aplicación del marco de análisis se encuentran datos que merecen ser comentados:

5.4.1 Uso de la ciudad

Los dos sitios de diversión preferidos por los pereiranos, se encuentran lejos del centro de la ciudad, el parque Consotá y el parque Ukumarí. Para llegar a esos lugares se requiere un viaje de varios kilómetros que se convierte en un paseo, es decir, la actividad ‘pasear’ se produce de forma natural. Las demás actividades, ver, oler, oír, detenerse, recordar, representar, se pueden disfrutar ampliamente en estos parques. Por lo tanto, los sitios que tienen mayor producción de imaginarios urbanos de

diversión son aquellos donde se puede disfrutar de un número mayor de actividades descritas en el marco de análisis.

Más allá de la rumba, los sitios favoritos de diversión de los encuestados, muestran una preferencia por los sitios diurnos, abiertos, donde las actividades de recreación incluyen la práctica de actividades deportivas, las caminatas, la observación del paisaje, el descanso en medio de ambientes naturales, el disfrute de ambientes que recrean la cultura y los sitios naturales de la región. Los centros comerciales, los bares, la avenida Circunvalar y la Villa Olímpica también aparecen como imaginarios de diversión urbana.

Las respuestas dan cuenta de uso del tiempo libre, que se distribuye en actividades hogareñas, descanso, sueño y la práctica de deportes. Así se revelan las segmentaciones del tiempo (Silva, 2006, p. 111) entre tiempo productivo y tiempo de ocio de los pereiranos.

El imaginario de comida el fin de semana es la casa, para la gran mayoría de los encuestados, mientras que la minoría come en restaurantes. Esto concuerda con el imaginario de actividades que se hacen en el tiempo libre, que señala el sitio de residencia como el lugar donde se realizan actividades caseras. Y se entiende que son “actividades adelantadas sin mediar obligación alguna y que por tanto constituyen decisiones encaminadas al placer y ocio ciudadano” (Silva, 2006, pág. 223)

El deporte hace parte de las actividades que realizan los ciudadanos de Pereira relacionada con el uso del tiempo libre y con los cuidados del cuerpo porque:

el cuerpo merece atención y es quizá la industria más exitosa; después de la electrónica, es la que vende ejercicios integrales para todo el cuerpo, cada una de sus partes, para cada edad y momento en la vida, pues el negocio, como el cuerpo de la ciudad, se presenta en magistral fragmentación. (P. 291)

Disfrutar de la ciudad en pareja es parte de los imaginarios urbanos que pertenece a la “recreación ciudadana unida con referencias eróticas y sensuales de la ciudad,” (Silva, 2006, p. 226). Los pereiranos prefieren salir a comer y asistir a cine cuando se encuentran en citas románticas.

Con respecto al uso de centros comerciales donde los ciudadanos encuentran variedad de opciones para divertirse. El crecimiento de esas:

"Instalaciones necesarias para la circulación acelerada de las personas y los bienes", que se observa tanto en el uso del espacio como en los hábitos de los ciudadanos, revela una deslocalización de las concentraciones urbanas, la disminución (no la desaparición) de lo distintivo en beneficio de lo desterritorializado y deshistorizado. (Canclini, 1995, p. 87).

Otras actividades que disfrutaban los pereiranos son las salidas a restaurantes y el cine, al igual que sucede en Bogotá.

El cine y los restaurantes resultaron ser los más elegidos, cada una de estas actividades con un promedio de aceptación de casi el 50%; sin distinguir la clase social, sino como hecho global, y sin averiguar en qué circunstancias, dado que un restaurante puede visitarse de manera rutinaria, sin que implique una actividad que se viva como recreativa. (Silva, 2006, p. 223)

La televisión muestra una frecuencia de uso media entre todas las actividades encontradas en la tabla, esto significa que cuando de diversión se trata, un número grande de televisores se encuentran apagados o no se les presta atención.

El imaginario de la televisión se basa en una "estética de la acción" (Canclini, 1995, p. 35) que entretiene en la medida que suceden cosas en la pantalla, de lo cual se genera una fascinación por la dinámica veloz de los acontecimientos y las actividades, en perjuicio de acciones más reflexivas o analíticas.

El uso de la radio, que sigue teniendo vigencia a pesar de toda la multimedia que invade la vida diaria de los ciudadanos. La radio también pertenece al circuito sociocultural de la comunicación masiva, y hace grandes aportes a la cultura a domicilio, (Canclini, 1995, p. 62). Además, contribuye con otras tecnologías al “avance hacia la desmaterialización de la ciudad y hacia un robustecimiento de lo urbano” (Silva, 2006, p. 68). Existen zonas donde las escalas olfativas, mencionadas por Silva (2006), marcan la ciudad con recuerdos de todo tipo.

5.4.2 Ensoñaciones

La construcción de un imaginario urbano se genera al reconocer “croquis urbanos por categorías sociales, sexuales o de otra índole, y que en su hacer marcan un modo de asumir los recorridos urbanos “(Silva, 2006, p. 157). El resultado de crear croquis urbanos son percepciones colectivas acerca de la zona con el mejor olor de la ciudad, la calle o zona más transitada por jóvenes, la calle o zona más transitada por viejos, las actividades que le gustaría hacer en el tiempo libre.

5.4.3 Identidades

“La identidad es una construcción que se relata” (García.Canclini, 1995, p. 107). Pereira es identificada como una ciudad amarilla, verde y roja, es decir, divertida, tranquila, pero por momentos excitante. Al respecto se tiene que “si en la segmentación social del espacio de una ciudad los habitantes ubican un color como el color de la ciudad, este color por fuerza de los hechos no puede ser un simple dato empírico, ya

que el color de una ciudad siempre posee un gran espacio de formación imaginaria” (Silva, 2006, p. 113).

Los datos permiten encontrar pistas sobre el carácter general de los ciudadanos, donde ellos se identifican con rasgos que perciben de su propio carácter. Al final, el carácter ciudadano surge de la mezcla, e incluso del procesamiento, de “hábitos, percepciones, historias” (Silva, 2006, p. 69), por las proyecciones imaginarias que construyen los ciudadanos.

El color amarillo que se asocia con diversión y con dinamismo es el imaginario urbano de la ciudad, seguido del verde que por percepción produce tranquilidad porque viene conectado con la naturaleza vegetal, luego aparece el rojo de la pasión, y después el naranja y el azul.

Pereira ante todo, es una ciudad alegre según los datos de la encuesta, donde el imaginario urbano de alegría se ha extendido mucho más que otros imaginarios entre sus urbanitas. Después aparece el imaginario de ciudad peligrosa, vital, segura, triste, cansada y otras.

La tarde marca la segmentación del tiempo preferida en Pereira, la mañana está en segundo lugar, seguida de la noche que es nombrada en tercer lugar. Por lo tanto, se confirma aún más que nuestra urbe ya no es la trasnochadora del pasado, sino que ahora prefiere la tarde, dejando algunas actividades favoritas para la mañana y solo en algunas ocasiones sale de noche a divertirse.

El contraste entre el imaginario y la realidad se manifiesta cuando se pregunta sobre las actividades de diversión que realmente disfrutaban los encuestados. Porque las

actividades en casa ocupan el primer lugar, el descanso u ocio aparece después, seguido del deporte, el sueño, la lectura y la televisión.

Con respecto al lugar que más le gusta a los encuestados, los resultados concuerdan con el punto anterior, pues el parque Consotá aparece de nuevo en el primer lugar de las preferencias. Otros sitios nombrados son la Universidad Tecnológica de Pereira, la avenida Circunvalar, el Centro Comercial Ciudad Victoria. El parque Ukumarí no es nombrado entre los sitios que más les gusta a los pereiranos, aunque en la encuesta es considerado uno de los sitios de diversión favoritos. Esta aparente contradicción puede estudiarse con detenimiento, para comprender el fenómeno que sucede en la percepción de los urbanitas de Pereira acerca de él.

6. CONCLUSIONES

Al iniciar el proyecto tenía expectativas de encontrar imaginarios de sitios de diversión según la frase tradicional de Pereira trasnochadora y rumbera, sin embargo, en el camino me encontré con otros imaginarios que tenían mayor fuerza que los anteriores, y pude comprender algo más de las diferentes actividades de diversión y de los sitios donde las practican.

La obra de Silva, y otros autores permitieron la comprensión del concepto de diversión, ocio, recreación, y los imaginarios urbanos. En la medida que comprendía el concepto de imaginarios urbanos adquiría elementos para descubrir sus representaciones en las actividades de ocio o diversión en Pereira, y al reconocer esas representaciones podía aproximarme a ellos para estudiar sus contenidos estéticos.

Uno de los hallazgos encontrados da cuenta que los principales colores imaginados de Pereira son el amarillo, el verde y el rojo, que desde el punto de vista de la percepción muestran una ciudad divertida, tranquila, pero también puede ser excitante. De tal manera que la ciudad en sí misma es percibida como un sitio de diversión, con lo cual no parece tan urgente crear nuevos espacios de ocio o recreación.

La conclusión del presente estudio indica que los sitios de diversión imaginados en Pereira son en su orden:

Parque Comfamiliar Consotá, Parque Ukumarí, Centro Comercial Victoria, Centro Comercial la 14, Parque Metropolitano del Café, Avenida Circunvalar, Bares, Villa Olímpica, Centro Comercial Arboleda.

El proceso reveló que existen numerosas y variadas maneras de percibir la diversión urbana de Pereira. Las actividades al aire libre en parques con atracciones acuáticas, deportivas de diversa índole, el parque zoológico, las vitrinas de los centros comerciales son percibidas como las primeras según los imaginarios de diversión encontrados. La rumba en sus diferentes manifestaciones hace parte de los imaginarios de diversión pero ocupa un lugar secundario.

Al final, se encuentra que la frase “Ver, oler, oír, pasear, detenerse, recordar, representar”, que Silva propone como atributos a estudiar en cada ciudad, permite describir de manera organizada las actividades y usos de la ciudad en torno a la diversión.

Con respecto a las actividades de diversión más frecuentes en Pereira se tiene que en primer lugar están las caminatas o paseos y el cine. Después viene la visita a centros comerciales. Luego aparecen tres actividades igualmente preferidas: salidas a restaurantes, asistencia a recitales o conciertos y lecturas de textos. Un lugar posterior lo ocupa la televisión. Atrás de ella viene el uso espacios deportivos, más atrás están los juegos electrónicos, la radio. En los tres últimos lugares de preferencia se encuentran los espectáculos deportivos, el teatro y el recorrido por museos.

Finalmente, los sitios más cargados de imaginarios de diversión son en primer lugar, La Avenida Circunvalar que es mencionada en cuatro categorías distintas, primero como sitio de diversión, además es uno de los lugares que más gusta en la ciudad, es zona de jóvenes y una de las zonas más alegres de la ciudad.

El Centro Comercial Victoria es otro sitio cargado de imaginarios urbanos al ser señalado como lugar de diversión de la ciudad, y estar entre los favoritos, gracias a que es una de las zonas más alegres de la ciudad de Pereira.

Consotá es referente de diversión y uno de los lugares favoritos de Pereira. Aunque está alejado del centro de la ciudad, es considerado un sinónimo de recreación según el imaginario urbano.

El hogar o la casa familiar está considerado entre los favoritos para realizar actividades en tiempos de ocio y para comer los fines de semana.

La actividad deportiva es sinónimo de ocio y de rutinas para cuidado del cuerpo.

La Universidad Tecnológica de Pereira aparece entre los lugares favoritos de la ciudad y se considera zona de jóvenes de la ciudad.

Bibliografía

- Angulo, M., & Fernández S, Ö. (25 de Agosto de 2011). Tesis Maestría. *Rutinas ciudadanas: escenarios urbanos hechos de urbanismos*. Pereira, Colombia: UTP.
- Betancur Jimenez, J. (19 de Febrero de 2008). *ciudadeje.com*. Recuperado el 7 de mayo de 2019, de <https://www.ciudadeje.com/index.php/pereira-y-risaralda/pereira-turistico/1295-plaza-ciudad-victoria-turistica>
- Canclini, N. (1 de Agosto de 2006). *Antropología y ciudad. Culturas urbanas de fin de siglo: la mirada antropológica*. Obtenido de <http://revistas.unimagdalena.edu.co/index.php/jangwapana/article/view/471>
- Carder, & Pineda, A. M. (07 de 07 de 2014). *Carder*. Obtenido de <http://www.carder.gov.co/index.php/web/es/nodo-regional-de-cambio-clim-tico-de-la-ecorregi-n-eje-cafetero>
- Castelli F., Y. (s.f.). *OpenPsicologia.com*. Recuperado el 10 de Enero de 2019, de <http://www.ycastellif.cl/ycastellif/pdf-luscher/Origen-del-test-de-los-colores-uso-del-color-en-Psicologia.pdf>
- DANE. (18 de Diciembre de 2018). *DANE*. Obtenido de <https://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/cultura/encuesta-nacional-de-lectura-enlec>
- Elizalde, R., & Gomes, C. (19 de abril de 2012). Ocio y recreación en América Latina: conceptos, abordajes y posibilidades de resignificación. (C. d. (CISPO), Ed.) *Polis, Revistta Latinoamerican*, 1-19. Recuperado el 04 de diciembre de 2018., de URL: <http://journals.openedition.org/polis/64>
- García Canclini, N. (1995). *Consumidores y Ciudadanos*. Mexico D.F.: Grijalbo.
- Gómez , C. X. (15 de Julio de 2011). Tesis Maestría. “*Pereira imaginada 2009 - 2014*” Fase II ¿*La ciudad del deseo o la ciudad del corazón partió?* Pereira, Colombia: UTP.
- Gómez Botero, D. P. (2016). TESIS MAESTRÍA. *IMAGINARIOS URBANOS Y CALIDAD DE VIDA: MARCA CIUDADANA_: CASO: LA CIUDAD DE PEREIRA*. PEREIRA, COLOMBIA: UTP.

- Hurtado Tabares, L. M. (2011). Temporalidad plural para la construcción de ciudad. *Revistas UTP/ Miradas (Pereira)*, Vol. 1,(Núm. 9). Recuperado el 29 de Diciembre de 2018, de <http://revistas.utp.edu.co/index.php/miradas/article/view/1339>
- Macintyre, A. (1991). *Historia de la ética*. Barcelona: Paidós, 259 p. Paidós básica.
- Martinez, C. (2009). Tesis Maestría. *ESCENARIOS URBANOS: PEREIRA IMAGINADA 2009-2011. DEL PRESENTE - PRESENTE AL PRESENTE-PASADO Y PRESENTE – FUTURO*. Pereira, Colombia: UTP.
- Peirce , C. (1903). Ensayo: Ciencias Normativas. En T. c. (2003), *Ensayo: Ciencias Normativas*.
- Quiceno, J. (22 de Mayo de 2018). Netflix vs Televisión: ¿rivales o complementos? *ElMundo.com*, pág. Tecnología.
- Quindiano, E. E. (23 de septiembre de 2017). *El Quindiano*. Obtenido de <https://www.elquindiano.com/editorial/237/capital-de-cual-eje-cafetero>
- Rotavista, M. (30 de Junio de 2013). *Sociedad de Mejoras Públicas de Manizales*. Recuperado el 2018 de Diciembre de 29, de <http://smpmanizales.blogspot.com/2013/06/pereira-mejor-querendona-trasnochadora.html>
- Salazar Escalante, G. J. (2003). LA CIUDAD COMO TEXTO: LA CRÓNICA URBANA DE CARLOS MONSIVÁIS. *TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO DE LICENCIADO EN ESTUDIOS LATINOAMERICANOS*. MÉXICO, D. F., MÉXICO, D. F., MÉXICO: UNIVERSIDAD NACIONAL AUTONOMA DE MÉXICO - FACULTAD DE FILOSOFIA Y LETRAS.
- Silva, A. (2006). *Imaginarios Urbanos*. Bogotá: Arango Editores.
- Silva, A. (23 de Octubre de 2012). *Departamento Académico de Comunicaciones y Facultad de Ciencias y Artes de la Comunicación PUCP*. Recuperado el 15 de Noviembre de 2018, de Youtube: <https://www.youtube.com/watch?v=X7hNfu2HGtU&t=15s>
- Silva, A. (14 de Noviembre de 2014). *CIESPAL*. Recuperado el 10 de Noviembre de 2018, de YOUTUBE: <https://www.youtube.com/channel/UCB2qb7TaeczHI-4iJ0wvX3g>
- Silva, A. (Octubre de 2016). *CIESPAL*. Obtenido de YOUTUBE.

Taleb, N. (2012). *Antifragile: things that gain from disorder* /. New York: Random House.

Viskontas,, I. (2017). *Brain Myths Exploded. Lessons from Neuroscience. Course Guidebook*. San Francisco: The Great Courses.